

Уральский федеральный университет

**Аксиологические аспекты современных
лингвистических исследований**

**Тезисы докладов научного семинара
с международным участием
(12-13 мая 2016 г.)**

Екатеринбург 2016

УДК 811.1/.8
ББК 81.1
А42

А42 Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований. Тезисы докладов научного семинара с международным участием / Под ред. Ю. Н. Михайловой. – Екатеринбург: Издательский Дом "Ажур", 2016. 60 с.

ISBN 978-5-91256-326-3

УДК 811.1/.8
ББК 81.1

ISBN 978-5-91256-326-3

© УрФУ, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| Айдарова Ы. Парламентские выборы в Кыргызстане: аксиологическая составляющая | 5 |
| Белобородко А. Н. Культурные сценарии в современной поп-культуре (на материале текстов песен церемонии «Золотой граммофон») | 7 |
| Берсенёва А. А. Ценностные установки общественного деятеля (на материале блога Евгения Ройзмана «Сила в правде»)..... | 8 |
| Ван Вэньця. Образы главных членов семьи: функционально-ролевой и ценностный аспекты (на материале пословиц и поговорок русского языка) | 10 |
| Вепрева И. Т. Ядерные и периферийные ценностные смыслы в языковом сознании студенческой молодежи: результаты экспериментального исследования..... | 12 |
| Гертнер Е. В. Аксиологическая неудача в политической речи..... | 13 |
| Данилов С. Ю. Благополучие первокурсников: прагматическая установка в ситуации оценивания | 15 |
| Демидова С. Православное представление о семье (на материале дневниковых записей св. императрицы Александры Федоровны)..... | 17 |
| Ермаков Е.С. Оценочные тактики «тролля»..... | 18 |
| Исакова Е. А. Представление ценностей социальной группы в СМИ (на материале репортажей радиостанции «Серебряный Дождь»)..... | 20 |
| Ицкович Т. В. Ключевые понятия русской культуры <i>вера</i> и <i>любовь</i> в восприятии современного студенчества | 22 |
| Караульных Д. Г. Аксиологические доминанты в записях "Твиттера" В. В. Жириновского | 23 |
| Кислицына П. А., Михайлова Ю. Н. Ценности современных глянцевого журналов | 24 |
| Купина Н. А. Газеты уральской провинции в аксиологическом освещении..... | 26 |
| Ли Вэньлу. Ценностный аспект улыбки (на материале русских и китайских фразеологизмов)..... | 28 |
| Литовская Е. В. Видео-хостинг Periscope: естественность как новый тренд современного интернета | 29 |
| Лысенко М., Сюй Шаньшань. Счастье как семейная ценность (на примере дореволюционных и современных брачных объявлений) | 31 |
| Ма Гуйин. Поведение человека в аксиологическом аспекте (на материале устойчивых сравнений русского языка)..... | 32 |
| Мальцева Т. В. Метаязыковые высказывания как способ оценки массовой литературы | 34 |
| Матвеева Т. В. Антиценности диалогического общения как объект лингвистического исследования..... | 35 |

| | |
|---|----|
| Михайлова О. А. Аксиологическая динамика толерантности в современной России | 37 |
| Орешкина Е. Ценностные установки в компьютерной игре («Танки» в прямом эфире) | 38 |
| Панов И. Д. Разговорность медиатекста: способы реализации | 39 |
| Пикулева Ю. Б. Жанр поздравления в лингвоаксиологическом аспекте | 41 |
| Самкова Е. В. Провокативный заголовок в интернет-новостях как способ активизации любопытства | 43 |
| Самоловова Д. С. Аксиологические трансформации в текстах приколов | 44 |
| Сидоренко Е. Б. Ты-коммуникация в установочных текстах ролевой игры живого действия | 45 |
| Туголбаева кызы А. Ценности мусульманской проповеди | 47 |
| Хао Мэй. Принципы формирования страноведческого комментария аксиологически маркированной лексики | 48 |
| Харитонов Ю. С. Толерантность как ценность (на материале ток-шоу «Поединок») | 49 |
| Чусовитина Е. А. Интернет-комментарий как средство выявления ценностных установок интернет-пользователей | 51 |
| Шалина И. В. Явная и неявная оценка в речи носителей просторечной лингвокультуры | 53 |
| Шашмурина Е. Л. Лексическая парадигма единиц с интегральным значением «сложившееся в обществе мнение о человеке»: аксиологический аспект | 55 |
| Шевченко А. В. Аксиологический взгляд на актуальное слово | 56 |
| Ян Цин. Смысловые разновидности авторского Я в публичных лекциях (на материале Нобелевской лекции А.И. Солженицына) | 57 |

ПАРЛАМЕНТСКИЕ ВЫБОРЫ В КЫРГЫЗСТАНЕ: АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Парламентские выборы в Кыргызстане – важнейшее политическое событие страны. С лингвокультурологической точки зрения оно может быть проанализировано в аспекте выявления ценностных представлений и установок. Ценности – это «обобщенные, устойчивые представления о том, что отвечает каким-либо потребностям, интересам, намерениям, целям, планам человека [Гусейнов, Апресян 1998: 228]; «существенные ориентиры, выработанные обществом» [Карасик 1995: 106]. Они находят отражение в речевых практиках носителей национально-культурного сообщества. К ценностям демократического общества, определяющим правомочность и состоятельность выборов, можно отнести *легитимность, свободу, плюрализм мнений, гласность* и др. Ценностные установки можно выявить, обратившись к оценочным суждениям участников выборов.

Прежде всего обращают на себя внимание оценочные словосочетания *прозрачные / чистые / честные выборы*. Ср.: *Чистые выборы* – залог доверия, а значит, стабильности и безопасности; *Предстоящие осенние выборы* обещают быть интересными и запоминающимися для кыргызстанцев. *Впервые в стране будут использоваться современные технологии, что гарантирует проведение более прозрачных и честных выборов*. [«Жаны Агым» 3 сентября 2015]. Атрибутивы *прозрачный, чистый* – метафоры. *Чистые выборы* – значит ‘лишенные лжи и коварства, правдивые, честные, нравственно безупречные с точки зрения действий людей’. *Прозрачные выборы* – т.е. ‘понятные, ясные, отчетливые’. Наряду с метафорическими образованиями используются прилагательные и существительные в прямом значении: *свободный, честный, справедливый, порядочный, открытость, уважение*. Например: *Способствование проведению свободных, честных и справедливых выборов на основе принципов открытости и уважения ко всем участникам избирательного процесса* [«Вечерний Бишкек» 27 июля 2015]. Выделенные лексические единицы представляют собой этические оценки, объективирующие демократические ценности. Совокупно они соответствуют идеальному политическому сценарию парламентских выборов и способствуют формированию ценностных установок на укрепление законности в стране и ориентации граждан на уважение к институтам демократического государства.

Как показывают контексты, извлеченные из русскоязычных газет, названные ценности представляют собой скорее идеализированные цели, но не инструменты, обеспечивающие жизнедеятельность демократического Кыргызстана. Реальные коммуникативные практики эксплицируют антиценностное поведение. Так, метафорическое словосочетание *грязные выборы* сигнализирует о том, что действия политических партий и их представителей осно-

ваны на использовании ‘предосудительных приемов, средств’; имеют ‘неблаговидные цели’. К числу таких средств относятся: *злоупотребление, подкуп, коррупция, очернительство оппонентов, черный пиар* и т.п. Например: *Обвинения в подкупе избирателей были широко распространены и привели к подаче нескольких официальных жалоб и открытию нескольких уголовных дел* [<http://www.osce.org/ru/odihr/elections/kyrgyzstan>]. Согласно словарю Ожегова-Шведовой, *подкуп* – это ‘склонение на свою сторону деньгами, подарками’ [СОШ 2007: 716], т.е. дача взятки, которая делает чиновника коррупционером. Этот и подобные ему контексты формируют пессимистическую тональность. Ср.: *Применение админресурса и подкуп останутся безнаказанными* [Вечерний Бишкек 2 октября 2015]; *Наша система не предусматривает того, чтобы во власть пришли те, кто обладает хорошим интеллектом, высоким IQ, у нас проходят лишь те, у кого больше всех денег.* [Вечерний Бишкек; 04 август 2015].

Представляет интерес анализ субъектной организации политического сценария. Собранный материал позволяет сделать вывод о неоднородности такого собирательного субъекта, как представители политических партий. Даже внутри одной партии выделяются разные типажи. Основания для деления – оценочные признаки субъектов: *бедный ↔ богатый; олигарх – простой; обладающий хорошим интеллектом, высоким IQ ↔ тот, у кого больше всех денег; старый ↔ новый; пожилой (старики) ↔ молодой (молодежь)*. Последняя оппозиция, судя по частотности контекстов, весьма значима: *Хотя со стороны кажется, что пожилые и молодые, старые и новые являются сплоченной командой, между состоявшимися политиками и молодежью ведется тайное противостояние* [Жаны Агым 3 сент. 2015]. Обновление страны, демократические преобразования, легитимность выборов в ней связываются именно с молодыми: *Для развития страны нужны молодые кадры, молодые политики; Партия "Кучтуу Кыргызстан" придерживается позиции, что в Кыргызстане должна происходить смена политической элиты. Старая элита должны уступить место молодым политикам* [Вечерний Бишкек 14 апр. 2015]. Атрибутив *молодой* становится оценочным: *молодой*, т.е. ‘инициативный, действующий в интересах народа, желающий блага и процветания стране’: *В нашей партии нет олигархов, только простые граждане, и в основном это молодежь. Поэтому и нет больших денежных ресурсов. В большей степени приходится полагаться на инициативу молодых людей и граждан*", - сказал Расул Умбеталиев [Вечерний Бишкек 18 мая 2015].

Таким образом, в политическом сценарии выборов аксиологическая составляющая обнажает ценности и антиценности субъектов политической власти.

Литература

Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: учебник. М., 1998.

КУЛЬТУРНЫЕ СЦЕНАРИИ В СОВРЕМЕННОЙ ПОП-КУЛЬТУРЕ (на материале текстов песен церемонии «Золотой граммофон»)

Вступление в XXI век принесло обществу новые ценностные ориентации и изменило характер традиционных ценностей. Отмечается трансформация таких вечных «абсолютных» ценностей, как Правда и Добро» [Викулова, Серебренникова, Кулагина 2011: 197]. Современное общество отличается такими особенностями, как «приоритет креативности и инноваций, что приводит к рассмотрению общества как зрелищного явления (образ общества как спектакля)» [Там же: 198].

Трансляция новой системы ценностей проявляется в массовой культуре, которая содержит в себе масштабную систему концептов, влияющую на сознание индивида и предписывающую ему определенные установки. Концепт, определяемый как «факт образа жизни, общественного сознания, теории, выраженный в языковой форме; единица человеческого знания о мире, стоящий за семантикой языкового знака» [Полный словарь лингвистических терминов 2010: 162], содержит три составляющие: образная, понятийная и ценностная. [Карасик 2002: 91]. Совокупность этих образующих составляет культурно значимые представления, и воссоздание этих представлений можно осуществить методом реконструкции культурного сценария.

Вслед за И. В. Шалиной будем определять культурный сценарий как «вписанный в типичный хронотоп, динамически заданный, повторяющийся разворот определенного события (или цепочки событий), участниками которого каждый раз становятся разные лица, эксплицирующий жизненные представления, коммуникативно-этические нормы и ценностные установки коммуникантов, связанные со значимыми объектами жизнедеятельности» [Шалина 2009: 75].

Материалом исследования выступают тексты песен, исполненные на церемонии «Золотой Граммофон» в 2013 и 2014 гг. Выбор материала обусловлен возможностью наиболее широко определить ценностные предпочтения массовой аудитории, т.к. определение номинантов премии осуществляется результатом народного голосования в хит-параде «Золотой Граммофон» на «Русском Радио» [Режим доступа :<http://www.rusradio.ru/air/zg/prizes/>].

Всего анализируется пятьдесят пять песен, которые после распределяются на тематические группы, соотношение которых следующее: **песни о любви – 92,9%; песни, выражающие жизненную позицию – 5,4%; патристические песни – 1,7%**. Предметом анализа выступает тематическая группа песен о любви, как наиболее представительная.

Песни, исполненные певицами, и песни, исполненные певцами, рассматриваются отдельно, так как выражают соответствующие гендерные установки. Однако отметим, что чаще всего вокалисты исполняют композиции,

написанные не ими самими, а авторами песенных текстов. Но наивное народное сознание приписывает авторство именно исполнителям, и считает их выразителями идей.

В песнях любовной тематики, исполненные женщинами, наиболее частотен культурный **сценарий счастливых отношений**. Остальные песни представляют собой варианты развития данного культурного сценария. В песнях, исполненных мужчинами, выделяются следующие культурные сценарии: **утверждение любви смыслом жизни и расставание с возлюбленной**. Второй культурный сценарий имеет более широкую представленность и разнообразные варианты.

Литература

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.

Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография / отв. ред. Л.Г. Викулова. – М. : ТЕЗАУРУС, 2001.

Матвеева Т.В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов н/Д : Феникс, 2010.

Русское Радио [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rusradio.ru/air/zg/prizes/>

Шалина И.В. Уральское городское просторечие: культурные сценарии. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2009.

Берсенёва А. А.
магистрант

ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ ОБЩЕСТВЕННОГО ДЕЯТЕЛЯ (на материале блога Евгения Ройзмана «Сила в правде»)

Современная лингвистика предполагает, что речемыслительная деятельность человека – это способ переживания, освоения, оценивания опыта в текстовых образованиях посредством формулирования значимых смыслов. В речи не формулируется сама ценность, но выражается убежденность или верования говорящего на основе его ценностного отношения [Лингвистика и аксиология 2011: 9].

Ценности являются стержневым элементом любой культуры, они часто понимаются как принципы, регулирующие жизнедеятельность социальных групп [Шалина 2009: 135]. Исследователями выделяется ряд ценностных констант, отражающих специфические особенности русского национального сознания и мироощущения: совесть, честь, достоинство, справедливость, чело-

вечность, (народная) правда / правда-справедливость / правда-истина, воля, сострадательность и др. [Вепрева, Купина 2015: 240].

В блоге Мэра Екатеринбурга Евгения Ройзмана «Сила в правде» отражены ценностные установки, связанные с его общественной деятельностью. Название блога, представляющее собой прецедентную единицу (цитату из кинофильма «Брат»), выражает убежденность блогера в ценности правды для человека, работающего на благо людей. Правда является основополагающей ценностью русской культуры, включающей в себя представления об истине и справедливости, а также о стремлении добиться справедливости – правдоискательстве [Бердяев 1990: электр. ресурс].

Общественная деятельность блогера связана с установлением социальной справедливости, что отражается в записях блога: Евгений Ройзман регулярно пишет отчеты о приемах населения, проводимых им в качестве мэра города Екатеринбурга. Практически в каждом посте встречаются словосочетания *надо* / *постараемся* / *попробуем помочь*, *будем помогать*, *решим*, отражающие модус желательности:

«И вот он – гражданин мира, человек без паспорта. Пришел ко мне. И *надо чем-то помочь*. Потому что жилья нет, на работу устроиться невозможно, да и жениться уже пора» («Человек за бортом» от 19 апреля 2016 года).

«И вот теперь, когда уже действительно поджало, он по этому паспорту не может получить страховой полис, пенсию, и, в общем-то, ничего не может, что может нормальный человек с паспортом. *Постараемся помочь*. <...> Она осталась без жилья и регистрации. *Попробуем помочь*» («Чем можем» от 4 апреля 2016 года).

«У неё сложный вопрос, но мы *решим*» («Прием» от 2 ноября 2015 года).

Данные контексты позволяют сделать вывод, что *необходимость помощи нуждающимся* – важнейшая для блогера ценностная установка. Модальное слово *надо* указывает на необходимость совершения действия, слово *постараться* имеет значение «приложить усердие, рвение к чему-либо» [БТС 2014: электр. ресурс], что демонстрирует искреннее желание общественного деятеля помочь пришедшим на прием людям. Сам блогер отмечает, что некоторые проблемы разрешить сложно. Использование глаголов *попробовать* и *попытаться* со значением ‘совершить действие, направленное на осуществление или достижение чего-либо, но без [БТС 2014: электр. ресурс], показывает, что отсутствие полной уверенности в успехе не является для мэра Екатеринбурга поводом для отказа в помощи. Ройзман ожидает подобного отношения к жизни, к людям и от читателей своего блога: «*Кто захочет помочь – имейте в виду*», «*Кто хочет помочь – Степан Чиганцев занимается*».

Подчеркивание необходимости помощи горожанам указывает на то, что благополучие людей становится центральной ценностью в аксиологической картине мира блогера-общественного деятеля. Правда, по Ройзману, является одним из инструментов, позволяющих бороться с несправедливостью и социальными проблемами.

Литература

Бердяев Н. Судьба России [Электронный ресурс] / Н. Бердяев. – 1990. – Режим доступа: http://aldebaran.ru/author/berdyaev_nikolayi/kniga_sudba_rossii/ (дата обращения: 19.04.2016)

Вепрева И.Т., Купина Н.А. Принципы отбора вербальных знаков ценностей в процессе аксиологического строительства в современной речевой практике / И. Т. Вепрева, Н. А. Купина // Известия Уральского федерального университета. – 2015. – С. 238-244.

Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / С.А. Кузнецов. — 2014. — Режим доступа: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts> (дата обращения: 19.04.2016)

Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография / Е. Ф. Серебренникова и др. – Москва: ТЕЗАУРУС, 2011. – 352 с.

Шалина И.В. Уральское городское просторечие: лингвокультурные типажы / И. В. Шалина // Известия Уральского федерального университета. – 2009. – С. 134-143.

Ван Вэньцзя
аспирант

ОБРАЗЫ ГЛАВНЫХ ЧЛЕНОВ СЕМЬИ: ФУНКЦИОНАЛЬНО-РОЛЕВОЙ И ЦЕННОСТНЫЙ АСПЕКТЫ (на материале пословиц и поговорок русского языка)

Семейные ценности, межпоколенные взаимоотношения в семье находят отражение в пословицах и поговорках, фиксирующих культурные представления и жизненный опыт русского народа. По существу семья представляет собой основанную на браке и кровном родстве систему отношений между мужем и женой, родителями и детьми. Мы проанализированы пословицы и поговорки, в которых закрепляются прямые и косвенные оценки главных членов семьи. Это *мать (мама, матка, матушка); отец (папа, батька); муж, жена*.

Было выделено 133 пословицы и поговорки с базовыми лексемами-терминами родства *мать* и *отец*. Они исследовались в функционально-ролевом и ценностном отношениях.

1) Функционально-ролевые характеристики (45): *Какова матка, таковы и детки. Как у матушки под крылышком (или за пазушкой). Птица радуется весне, а младенец матери. Батька горбом (нажил), а сынок горлом (прожил). Отцовским умом жить деткам, а отцовскими деньгами не жить.*

2) Эмоционально-оценочные характеристики (10): *При солнышке тепло, при матери добро. Мать в семье — клад. Нет такого дружка, как родная*

матушка. Счастливая дочь — в отца, а сын — в мать. Отец богатый, да сын неудачный.

3) Отношение детей к матери и отцу (31): *Детки постели — отца, мать до веку доспели. Сыновья и без отцов мучают, дочери и без матерей вырастают. Умный сын — отцу замена, глупый — не помощь. Не оставляй отца-матери на старости лет, и бог тебя не оставит.*

Носители национальной культуры устойчиво ассоциируют мать с *теплом, кладом, дружком*, она *хорошая, одна, милее* ее нет. Можно сказать, что образ матери является наиболее ценностно значимым, несущим положительные эмоции. Отец традиционно воспринимается как кормилец, воспитатель, стратег. Его ум во многом определяет будущее детей: *Отцовским умом жить деткам...; Умный сын — отцу замена...*

Термины родства *муж и жена* в большинстве пословиц и поговорок выступают в паре (170 примеров). Если лексемы *мать, отец* содержат сему 'родитель' и выявляют взаимоотношения между родителями и детьми, то лексемы *муж, жена* акцентируют внимание на супружеских отношениях.

1) Функционально-ролевые характеристики (26). *Баба да кошка в избе, мужик да собака на дворе; Не наряд жену красит, а домоустройство; Муж пашет, а жена пляшет; Жена у посудника (дома), и муж у посудника (в кабаке); Муж за чарку — жена за черпалку; Муж в бедах, жена в гостях.*

2) Эмоционально-оценочные характеристики (45): *У умного мужа и глупая жена выхолена, у глупого по будням затаскана; Муж грызет на свой на хребет; Красна пава пером, а жена нравом; Умная жена как нищему сума (все собережет); У плохой бабы муж на печи лежит, а хорошая сгонит; Зла жена сведет мужа с ума.*

3) Отношения между мужем и женой (63): *Лучше камень долбить, чем злую жену учить; Жена не рукавица, за пояс не заткнешь. Без мужа, что без головы; без жены, что без ума. Муж стар, а жена молода — дожидайся детей; муж молод, а жена стара — дожидайся плетей; Муж с женой бранится, да под одну шубу ложится.*

Жене отводится важная роль *домохозяйственницы*. Ей предписывается прислуживать мужу, вести семейные дела. Функция мужа — работать и обеспечивать жену и детей (*пашет*). Вместе с тем ему дозволяется и отдохнуть (*Муж за чарку...*), и эта ситуация воспринимается как норма. Скрытые оценочные смыслы находим в пословицах: *Муж в бедах, жена в гостях; Муж пашет, а жена пляшет*. Такая ситуация воспринимается как отрицательная, поскольку ведущая нравственная функция закрепляется за женщиной.

Применительно к мужу и жене в равной степени выявляются интеллектуальные оценки (*умный — глупый*), этические оценки (*добрый — злой (худой)*), встречаются и общеоценочные предикаты (*плохой — хороший*).

Материал позволяет реконструировать и ролевые сценарии: *Муж стар, а жена молода — дожидайся детей; муж молод, а жена стара — дожидайся плетей; Муж с женой бранится, да под одну шубу ложится.*

Представляет особый интерес вопрос о верховодейшей семейной роли. Традиционная ценностная установка: *Муж в семье главный*. Однако в посло-

вицах *Без мужа, что без головы – без жены, что без ума; Жена мужа не бьет, а под свой нрав ведет* признается стратегическая значимость роли жены.

Литература

Верецагин Е.М. Русские пословицы, поговорки и крылатые выражения: Лингвострановедческий словарь. М., 1979.

Даль В.И. Пословицы русского народа: в 2-х т. М.: Худож. лит., 1984.

Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. М.: Терра, 1994.

Пословицы и поговорки. Мн.: Харвест, М.: ООО «Издательство АСТ», 2000.

Вепрева И. Т.
профессор

ЯДЕРНЫЕ И ПЕРИФЕРИЙНЫЕ ЦЕННОСТНЫЕ СМЫСЛЫ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ¹

Цель проводимого второй год кафедрой риторики и стилистики русского языка научного исследования – выявление ментально ценностных предпочтений современной студенческой молодежи. Первый социолингвистический эксперимент 2015 года по оцениванию базовых ценностных концептов с позиций когнитивной значимости и эмотивного отношения к ним показал усиление роли ценностных ориентиров, носящих инструментальный характер, и возрастание значимости дивергентного Я-менталитета. В то же время предлагаемые для опроса ценности (*Благополучие близких людей, Дружба, Счастье, Семья, Свобода, Любовь, Вера, Самореализация*), составляющие ядро концептуального поля, носят предельно абстрактный характер и требуют своей конкретизации.

С учетом смысловой структуры базовых концептов была разработана процедура психолингвистического эксперимента, направленного на выявление ядерных и периферийных концептуальных смыслов в языковом сознании студенческой молодежи. Каждый из восьми базовых концептов был представлен как набор конкретных ценностных смыслов и включен в анкету для опроса. Анкетирование было проведено среди студентов-первокурсников Уральского федерального университета, осуществлена количественная обработка материала, и научный коллектив приступил к качественному анализу полученных данных.

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

Представим ряд общих наблюдений, сделанных на основе корреляционного анализа по методу Спирмена с достоверностью до 0,01. Задача данного анализа сводится к установлению связи между варьирующими признаками, измерению ее тесноты и проверке уровня значимости коэффициентов корреляции.

Обратимся к выявленным ядерным смыслам анализируемых концептов. Так, в концепте *Благополучие близких людей* ядерным смыслом является концептуальный признак «здоровье и душевный покой близких людей», на периферии концептуального поля – признак «материальная обеспеченность близких людей».

Дружба: ядро – «душевная близость» и «душевная привязанность», периферия – «откровенность» и «безопасность»;

Счастье: ядро «любовь», периферия – «материальное благополучие и высокое общественное положение»;

Семья: ядро – «воспитание детей», «интересы семьи», периферия – «интересы семьи выше личных интересов»;

Свобода: ядро – «самореализация»; периферия – «создать семью»;

Любовь: ядро – «создать семью», периферия – «дружеская привязанность»;

Вера: ядро – «вера в бога», периферия – «уверенность в своих силах»;

Самореализация; ядро – «получить широкую известность», периферия – «иметь интересную работу».

Корреляционный анализ позволяет установить степень близости признаков, относящихся к разным концептуальным полям, что требует дальнейшей интерпретации результатов.

Гертнер Е. В.
магистрант

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ НЕУДАЧА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

В процессе политической коммуникации нередко проявляется приводящее к аксиологической неудаче несовпадение ценностных установок говорящего и целевой аудитории. Аксиологическую неудачу можно считать одной из разновидностей коммуникативных неудач. Вслед за О.П. Ермаковой и Е.А. Земской коммуникативной неудачей считаем «полное или частичное непонимание высказывания партнером коммуникации, т.е. неосуществление или неполное осуществление коммуникативного намерения говорящего» [Ермакова 1993: 31]. Показательный пример – выступление Ксении Собчак на митинге (Москва, проспект Сахарова). Цель политического выступления – презентация стратегии формирования новой оппозиционной партии.

Как отмечают исследователи, для русского национального общения характерны «искренность, естественность и теплота» [Сергеева 2005: 97]. Связанный с языковой личностью К. Собчак медийный гламурный образ не соответствует сложившимся коллективным представлениям об аксиологической доминанте культурного типажа политика, а сама К. Собчак воспринимается как светская львица в маске оппозиционера.

В тексте речи Ксении Собчак поддерживаются универсальные базовые ценности. Она отстаивает семейные традиции: *Я здесь, потому что мой отец, Анатолий Александрович Собчак был одним из тех, кто писал Конституцию РФ*. Аксиологической доминантой выступления становятся идеи гражданской общности, единения, совместности. Номинируются либерально-демократические ценностные предпочтения, в том числе включенные в границы дихотомии «действующая власть – несистемная оппозиция». Это прежде всего такие ценности как: «гражданское общество, демократия, свобода, права человека» [Ивин 2006: 335]. Например: *Только если мы, гражданское общество, начнем влиять на эту власть, мы можем поменять то, что происходит; свобода и демократия: Я хочу, чтобы был список людей, за которыми я бы могла пойти, я хочу, чтобы среди этих людей были люди независимые, люди, которым я могу верить, чтобы это не было марионеточное правительство, чтобы не было марионеточного политика, которого нам опять поставили бы сверху, чтобы мы могли сами это формировать, мы должны создать движение или партию, у которого не будет лидера, у которого не будет вождя, но это будут достойные люди, такие как Акунин, Шевчук, Парфенов; права человека: ...не те люди, которые будут звать нас захватывать Кремль, не те люди, которые будут призывать нас к революции, не те люди, которые будут хотеть гражданской войны.*

Вербальная реакция участников митинга свидетельствует об ощущении ими «чужести» оратора. Декларируемые в политической речи социоцентрические ценности воспринимаются как показные, противоречащие эгоцентрическому имиджу К. Собчак. Коммуникативный отклик аудитории позволяет констатировать отрицательный аксиологический результат анализируемого публичного выступления. Коллективное скандирование митингующими призыва – *Уходи!* исключает К. Собчак из круга «своих», то есть тех, кто искренне отстаивает честную политику, которая является условием демократических выборов.

Литература

Ермакова О.П., Земская Е.А. К построению типологии коммуникативных неудач // Русский язык в его функционировании: Коммуникативно-прагматический аспект / Т. Г. Винокур, М. Я. Гловинская, Е. И. Голанова и др. – М. : Наука, 1993.

Ивин А.А. Аксиология. М. : Высшая школа, 2006.

Сергеева А.В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. М. : Флинта: Наука, 2005.

БЛАГОПОЛУЧИЕ ПЕРВОКУРСНИКОВ: ПРАГМАТИЧЕСКАЯ УСТАНОВКА В СИТУАЦИИ ОЦЕНИВАНИЯ¹

Выявление оценочных суждений и ценностных установок может быть представлено как процедура последовательного описания текста в языковом, концептуальном, личностно-психологическом и лингвокультурологическом аспектах. Такое описание, с нашей точки зрения, следует выполнять с учетом ситуативно-прагматического варьирования.

Зависимость оценочных суждений и ценностных установок коммуникантов от контекста (в широком понимании) продемонстрируем на примере общения первокурсников филологического факультета УрФУ с преподавателями кафедры риторики и стилистики русского языка. Событийное содержание коммуникативного взаимодействия — «Знакомство с кафедрой» (в течение 45—50 минут преподаватели рассказывали студентам о тематике, предлагаемых курсовых работ). По предварительным данным, к моменту встречи многие первокурсники уже определились с выбором научного руководителя и темой будущей курсовой работы. В финале занятия студенты (24 человека), не указывая собственного имени, письменно назвали три слова, определяющие выбор научной работы (1,5—2 минуты), после чего им было предложено связать эти слова со своими представлениями о благополучии (время не ограничивалось, в целом опрос занял около 10 минут).

Ожидания преподавателя были связаны с выявлением тем и научных концепций, которыми увлечены современные студенты. Второе задание предполагало проработку личностной мотивации и активизацию деятельностного отношения к получаемому образованию. Опрос дал следующие результаты: **Интерес** — в том числе: схожесть интересов; тема, которая интересна лично мне; чтобы вызывало интерес работать дальше; заинтересованность; интересная (3); интересная работа — (12), **Научный руководитель** — в том числе: конкретные имена и фамилии (3); добрый, строгий, квалифицированный; с которым существуешь на одной волне; симпатия к преподавателю — (7), **Актуальность** (4), **Язык** (4), **Перевод** (3), **Реклама** (3), **Литература** (2), **Психология** (2), PR, Архив, Вера, Гармония души, Достижения, Душа, Жизненно необходимая, Законченность, Иностранные языки, Интернет, Исследование, Источники, Кафедра, Коммуникация, Креативность, Лингвистика, Монографии, Навык языковой коммуникации в Интернете, Научный стиль, Неисследованность, Новый взгляд, Общение, Общество, Оригинальное название работы, которое можно обсудить с друзьями, Основа (истоки), Ответствен-

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

ность, Откровенные разговоры, Перспективность, Поиск, Почему что-то происходит так, а не иначе; Практически применимая, Работа, Результат, Речь (живая), Семантика, Современный язык, Соответствующая научным требованиям, Стабильность, Стилистика речи, Структура, Творчество, Уникальность, Филология, XX и XXI век.

Показательно, что непосредственно после занятия только один человек заявил о желании связать научную работу с названной кафедрой, тогда как в перечне слов фигурируют ключевые слова заявленных преподавателями тем: перевод, реклама, психология, коммуникация, Интернет, креативность, откровенные разговоры, речь (живая), семантика, стилистика и др. Кроме того, именами собственными названы только научные руководители кафедры риторики и стилистики. Это позволяет предположить, что студенты в момент опроса склонны выдавать ситуативно востребованную информацию. Именно эта прагматическая установка (возвращать преподавателю сказанное) становится доминантной и отчасти подавляет желание делиться сформировавшимися научными интересами (отсылки к другим кафедрам единичны: архив, кафедра русской литературы XX—XXI века).

Сходную зависимость от сказанного ранее, от принятого на себя утверждения наблюдаем в описании связи научной работы с благополучием. Материальное благополучие прямо заявлено лишь однажды: *Это поможет мне найти работу, которая не будет угнетать меня и будет приносить заработок. А также сделает процесс обучения как можно менее скучным и стрессопринносящим*. Единично отмечена связь благополучия и здоровья: *Научная работа должна помочь мне лучше разобраться в жизни и в себе, быть полезной другим людям. Н-р. Не должна забрать у меня здоровье*. Преобладает в ответах своеобразный синтез альтруистических (принести пользу) и эгоистических установок: *Если будет интерес, то будет и приятнее работать и общаться с научным руководителем, а значит, и работа будет писаться, и все благополучно завершится; Работа будет доставлять мне удовольствие, следовательно, удастся избежать напряжения от ее выполнения и появится повод для интересной беседы с нефилологами*.

Судя по данным опроса, для филологов характерны установки на покой, внутреннюю гармонию: *Если я буду заниматься тем, что мне интересно, я буду спокойна. А спокойствие сродни счастью. А поскольку данные слова отражают мои интересы на данный момент, то это и есть ответ; Благополучие в сфере увлечения, занятость как разума, так и тонкого духовного слоя*. Интерес иногда представляется ценностью, которая зависит от другого: интересную тему, работу должны предоставить.

Как видно из приведенных примеров, вне изучения ситуативно-прагматического варьирования ценностные установки могут быть интерпретированы излишне прямолинейно.

ПРАВОСЛАВНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О СЕМЬЕ (на материале дневниковых записей св. императрицы Александры Федоровны)

Весьма значимый концепт *семья* актуален для всех исторических этапов развития человечества. В настоящей статье объектом рассмотрения является концепт *семья* в православии. Церковь рассматривает семью, как важный этап прохождения жизненного пути. Идея брака реализуется в житиях святых. Для рассмотрения концепта необходим пример жития святого, обладающего семьей, таким образом выбрана семья Романовых.

Термин «концепт», понимаемый как мысленное образование, появляется в научной литературе в 1928 году в статье С.А. Аскольдова «Концепт и слово». По Ю.С. Степанову, «**концепт** – микромодель культуры, он порождает ее и порождается ею. Являясь «сгустком культуры», концепт обладает экстралингвистической, внеязыковой информацией» [Степанов 2001: 40]. Концепт имеет полевую структуру. И.А. Стернин и З.Д. Попова предлагают полевою модель концепта по аналогии с полевой организацией слова. К ядру относятся слои с наибольшей чувственно-наглядной конкретностью, первичные яркие образы; более абстрактные признаки – периферия концепта. [Кононова 2012: 49].

С целью выявления архисемы ядра данного концепта, обратимся к прототексту Священного Писания. «*Тако бо возлюбил Бог мир, яко и Сына Своего Единородного дал есть, да всяк веруяй в Онъ не погибнет, но имать живот вечный*» [Ин. 3:16] Исходя из данного послания, в центре концепта помещаются **вера и любовь**.

Далее обратимся к словарным определениям и выявим идентификационные признаки понятия *семья*. Признаки понятия *семья* следующие: группа живущих вместе близких родственников, общность по имени предка, объединяемое понятием "дом", "домашний очаг", противопоставление чужому, близость и всепрощение, единство родителей и детей.

Проанализируем письма св. Александры Федоровны и выявим на этом материале составляющие концепта семья.

В православном сознании, любовь к ближнему неотделима от любви к Богу. Бог есть Любовь. Прежде всего – духовная любовь, основанная на доверии и верности. Разум и сердце должны активно взаимодействовать. Здесь выявляются составляющие концепта **верность и доверие**.

Следующие – **самоограничение, терпение**. В религиозном сознании, семья – добровольное самопожертвование. Человек готов по своей воле ограничить себя, чтобы близким было хорошо.

В православном сознании члены семьи должны поддерживать друг друга в повседневной жизни, т.к. человек является частью семьи, несет ответс-

венность за её членов, а они помогают и заботятся о нем. Из этого следуют составляющие концепта семья – **милосердие, душевное и физическое единение**. Следующие составляющие – **взаимопонимание**. Члены семьи должны разделять все пережитое, слушать и понимать друг друга. **Послушание и воспитание**. Человек, в православном сознании, должен быть послушен Богу. Все люди – дети Божьи. *«Почитай отца твоего и мать твою, чтобы продлились дни твои на земле, которую Господь, Бог твой, дает тебе»* [Исх. 20:2-17].

В православном сознании, важно молиться друг за друга, просить прощения за свои ошибки, с рассуждением подходить к делу, стараться соблюдать Заповеди Бога. Следующий компонент концепта – **соблюдение Закона Божия**.

Итак, идея семьи в православии базируется на понятии любви Бога, неразрывно связанной с человеческой. Все составляющие собираются вокруг ядра, тяготеют к глубокой моральной тематике, актуальной для любого времени, являются главным фактором семьи.

Литература

Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. М.: Academia, 1997. – С. 267–279.

Кононова И. В. Структура лингвокультурного концепта: методы выявления и механизмы семантизации. М. 2012.

Царские дневники, воспоминания. Царская Семья – светоч Любви [электронный ресурс] – Екатеринбург. 2011. – Режим доступа: tsarnicolay.blogspot.com

Ермаков Е.С.
студент

ОЦЕНОЧНЫЕ ТАКТИКИ «ТРОЛЛЯ»

Среди участников общения в сетевых сообществах выделяются так называемые тролли. Тролль – это субъект общения, коммуникативной целью которого является атака на собеседника посредством его оскорбления или критики его высказывания. Сверхзадача тролля – вывести партнера коммуникации из себя и унижить его достоинство. Троллинг представляет собой один из эмоционально-оценочных типов воздействия, который соотносится с областью межличностных отношений и проявляется посредством стратегий и тактик речевого поведения. Речевое поведение тролля можно охарактеризовать как конфликтное, основанное на ярко выраженной либо скрытой агрессии, как правило, осознанной [Лутовинова 2009: 208]. Оно нарушает принцип кооперации Г. Грайса и принцип вежливости Д. Лича.

Объектом оценки тролля, по нашим данным, становится партнер коммуникации и его личная сфера: я-интеллектуальное, я-телесное, я-моральное:

*Киплинг был за колонизацию! Вы его поддерживаете?! Английские колонизаторы угнетали несчастных индусов. Вы не любите индусов? **Расист-ка!**;*

*А мне не нравятся **такие дуры, как ты**, которые флудят на форумах!*

*Кто маньяк? Это **ты маньяк!** Даже не можешь элементарно помочь починить фотоаппарат, **криворукий**, еще и оскорбляет!*

Партнеру приписываются отрицательные оценки, которые создают точки когнитивного и коммуникативного напряжения и формируют тактики *пренебрежения к собеседнику, высмеивания, инвективы, иронии* и др. Таким способом тролль добивается выведения собеседника из состояния равновесия.

Тролль нередко прибегает к ложной похвале: сначала он оценивает партнера только положительно, используя тактики *похвалы, комплиментарности*, а затем, нарушая его коммуникативные ожидания, наносит «удар»:

– Ты **великолепно выглядишь!** Какой макияж, а какая прическа!

– Ой, большое спасибо! Над прической работал лучший стилист нашего города!

– Ну...по сравнению с остальным, прическа удалась хуже всего. Ее точно делал лучший стилист? По-моему **кто-то просто хвастунья и тупая врунья!**

Тролль часто прибегает к отрицательной оценке одного факта или детали высказывания собеседника, на основании которой тот втягивается в полемику (другие факты троллем попросту игнорируются):

– *Обама является великим президентом!*

– *Обама убивает младенцев, да и он сам террорист-мусульманин из Кении.*

Используя тактики тотального отрицания, ссылки на известные факты, требования доказательства, тролль «изматывает» оппонента:

– Ну, мне нравятся волки. А что?

– *Нравятся волки? Хищники? Вы — хищница, да? Зубастая? Ненавидите мужчин. Феминистка!*

– Нет, я не феминистка, с чего вы взяли. Мне просто нравятся истории про волков <...>

– Ну ты и тупая овца!

Лучший способ противостоять троллю – не отвечать на его посты. Только таким образом можно защитить себя от негативного оценочного воздействия. Тактики указания на неправоту тролля, оправдания неэффективны. По словам Ю.В. Щербининой, бороться с троллем – «это так же, как пытаться победить рыбу в конкурсе на самую длительную задержку дыхания под водой: споры и словесные перепалки для тролля – такая же естественная стихия, как вода для рыбы. И обычно все, чего может ожидать ввязавшийся в полемику человек, – раздражение и испорченное настроение» [Щербинина 2006:138].

Литература

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс – М.: КомКнига, 2006 – 435 с.

Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская – М.: Эксмо-М, 2002 – 216 с.

Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: монография / О. В. Лутовинова – Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. – 477 с.

Щербинина Ю. В. Вербальная агрессия / Ю. В. Щербинина – М.: КомКнига, 2006 – 378 с.

Исакова Е. А.
аспирант

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ГРУППЫ В СМИ (на материале репортажей радиостанции «Серебряный Дождь»)

Сегодня в СМИ разных медиавариантов востребована разновидность репортажа, главной целью которой выступает не сообщение непосредственно о событии, а знакомство аудитории с той или иной социальной средой и связанными с ней персонажами. Такие персонажи воспринимаются как *Другие*, поскольку дистанцируются от адресата и объединяются друг с другом по тем или иным «идентификационным факторам» [Рябов 2001], занимая определенное место в социальном пространстве – многомерной системе общественных отношений [Сорокин 1993], и образуя в совокупности социальную группу. Так, в репортажах передачи Д. Даниловой «О том, как звучат люди» радиостанции «Серебряный дождь», которые послужили нам материалом для анализа, герои представляют социальные группы, дистанцируемые от адресата и идентифицируемые по разным факторам: (1) профессиональному («Музыка из воздуха», 13.05.2015 – о представителях Московской школы терменвокса – редкого музыкального инструмента, «Дайте на аборт», 18.12.2014 – о буднях «профессионального нищего»), (2) субкультурному («Орион», 31.03.2015 – об одноименном поселке приемных семей), (3) разным параметрам социального фактора («Шанс человечества». 24.02.2015 – о семье многодетной матери и бабушки Ю. Жемчужниковой, «Голоса», 08.04.2015 – о пациентах психиатрической больницы им. Алексеева), (4) совокупности разных факторов («Раздолбай», 11.12.2014 – о молодых мультипликаторах из Германии) и др.

Рассказывая в событийной форме о социальной группе, Д. Данилова конструирует ее образ через образы героев: приводит описание внешности и

поступков, включает сведения из биографии, а также – диалоги. Через эти элементы образа героя, прежде всего – через диалоги, транслируются ценности, разделяемые той или иной социальной группой.

Прежде всего, это ценности, которые поддерживают целостность группы, позволяют разграничить *своих* и *чужих*. Например, герои репортажа «Орион» (31.03.2015) – основательница поселка приемных детей Маша и ее муж Антон, – дистанцируются по субкультурному фактору. Они ставят свои идеи и ценности порой даже выше дружбы. В интервью с корреспондентом Маша подчеркивает, что «Орион» имеет свои правила, распорядок и открыт далеко не для всех:

Д. Данилова: – То есть у вас есть все-таки свои какие-то тут правила?

Маша: – Конечно, конечно! Были и такие случаи, когда мы просили уехать. Ну просто стало понятно, что не совпадаем, да? Есть много замечательных людей, которым не надо жить так, в Китеже или в Орионе. А если ты принял решение жить здесь, то ты занимаешься, первое – детьми, а второе – ты берешь приемных детей.

В число ценностей, поддерживающих целостность социальной группы, входят также разделяемые ее участниками взгляды, описывающие цели существования группы, что нередко связано с выстраиванием отношений с людьми, которые исключаются из этой группы и рассматривают ее участников как Других. Так, в финал репортажа «Голоса» (08.04.2015) о редакции радио для душевнобольных «Зазеркалье», программы которого готовят пациенты психиатрической больницы, вынесена прямая речь корреспондента М. Ларсова. Он объясняет, для чего существует проект: *Мы как-то должны донести до общества, что люди с психическими заболеваниями – это не законченные дебилы, которых нужно держать в палатах с зарешеченными окнами в смиренных рубашках там, заколотых препаратами. <...> Вот здесь, например, на радио, я столкнулся с тем, что у каждого из нас здесь есть тот или иной психиатрический диагноз, но я считаю, что здесь все нормальные люди.*

Тексты репортажей передачи Д. Даниловой «О том, как звучат люди» радиостанции «Серебряный Дождь» представляют разные социальные группы, в том числе – через трансляцию их ценностей, и таким образом играют роль в выстраивании отношений между группами в обществе.

Литература

Рябов О. В. «Матушка-Русь»: Опыт гендерного анализа поисков национальной идентичности России в отечественной и западной историософии. М., 2001.

Сорокин П. А. Система социологии: В 2 т. : Т.2 : Социальная аналитика: учение о строении сложных социальных агрегатов. М., 1993.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ *ВЕРА* И *ЛЮБОВЬ* В ВОСПРИЯТИИ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНЧЕСТВА¹

Сегодня в гуманитарной науке актуален вопрос изучения духовно-нравственного состояния современного российского общества, состава и смыслового наполнения ценностных ориентаций [Лапин 1996, Шерковин 1982, Яницкий 2002]. Отметим существование традиционных христианских ценностей, выявление и описание отношения студентов к которым является целью настоящего исследования. Христианские ценности опираются на прототекст Священного Писания и соотносятся с понятием добродетели на родо-видовых основаниях. В нашем исследовании студентам предлагалось оценить две добродетели: *вера* и *любовь*.

В психологическом исследовании, которое проводилось в 2016 году, приняло участие 650 студентов Уральского федерального университета. Для рациональной оценки по 5-балльной шкале были предложены ключевые понятия русской культуры, вошедшие в ядро значимых ценностей во время первого этапа исследования: *благополучие близких людей, дружба, счастье, любовь, свобода, семья, вера, самореализация*. К каждому из указанных ключевых понятий были предложены идентификационные признаки, отобранные из словарных статей методом экспертной оценки. Респонденты оценивали значимость сначала каждого понятия, а затем значимость каждого признака внутри понятия в баллах от 1 (min) до 5 (max).

В ключевом понятии *любовь* студентам предлагались к оценке по 5-балльной шкале следующие идентификационные признаки: *высокодуховные отношения (любовь к ближнему); высокодуховные отношения (любовь к Богу); высокодуховные отношения (любовь к Родине); дружеская привязанность; страдание и самопожертвование; интимная близость, страсть*. Ключевое понятие *вера* предлагалось оценить по следующим составляющим признакам: *вера в Бога; уверенность в ком- или чем-либо; уверенность в своих силах*.

Любовь как самостоятельное понятие набирает 3,8 из 5 возможных баллов, при этом *любовь* как составляющее понятия *счастья* – 4,2 балла (Табл. 3), *любовь* как признак понятия *семья* – 4,5 балла (Табл. 4).

Данные результаты подтверждают выводы, полученные на первом этапе исследования, о конкретном наполнении понятия *любовь* в студенческой среде. Молодость респондентов определяет их потребности в создании *счастливой семьи*, где главную роль играет *любовь*. Обратим внимание, что признак *любовь* обладает большей значимостью, чем ключевые понятия *семья* и *счастье*.

В ключевом понятии *любовь* самым важным идентификационным признаком для респондентов является *любовь к ближнему* – 4,3 балла, затем по

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

убыванию располагаются *дружеская привязанность* – 3,9 балла, примерно равная значимости таких признаков, как *сострадание и самопожертвование* – 3,6 балла и *интимная близость и страсть* – 3,5 балла.

Идентификационный признак *любовь к Богу* набирает 2,7 балла и коррелирует с результатами выборки понятия *вера* (Табл. 5). Понятие *вера* – 2,9 балла – соотносится с признаком *вера в Бога* – 2,8 балла. При этом студентов отличает самостоятельность – максимум набирает признак *уверенность в своих силах* – 4,4, на втором месте по значимости – *уверенность в ком- или чем-либо* – 3,8 балла. Вера в трансцендентную сущность, в представителя скалярного мира, в потустороннюю помощь набирает только 2,8 балла.

Результаты второго этапа эксперимента показывают сформированность религиозного мировоззрения у некоторой части студентов, соотносящих понятия *Бог, любовь и вера*. Для остальных данные понятия не выходят на сознательный уровень и сделать вывод об их религиозной ориентации на данном материале не представляется возможным. Понятие *любовь* для респондентов наполнено конкретными смыслами, связанными с *семейным счастьем*. Высокий уровень выборки признака *любовь к ближнему, сострадание и самопожертвование* позволяет предположить сформированность этических принципов христианства на практическом уровне, на уровне наивного сознания, при отсутствии рационализированных взаимосвязей в рамках христианского мировоззрения.

Литература

Латин Н.И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социс. 1996. № 5. С. 3–24.

Шерковин Ю.А. Проблема ценностных ориентаций и массовые информационные процессы // Психологический журнал. 1982. Т. 3, № 5. С. 135–145.

Яницкий М.С. Ценностная структура массового сознания современной России // Политико-психологические проблемы исследования массового сознания / Под ред. Е.Б. Шестопал. М., 2002. С. 7–27.

Караульных Д. Г.
магистрант

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ДОМИНАНТЫ В ЗАПИСЯХ "ТВИТТЕРА" В. В. ЖИРИНОВСКОГО

В современных гуманитарных исследованиях большое внимание уделяется проблемам аксиологии, которые первоначально рассматривались в границах философии. В текущее время формируется самостоятельное лингвоаксиологическое научное направление [Лингвистика и аксиология 2011: 4], в рамках которого уделяется особое внимание политической речи [Купина 2016: 20].

Объектом специального анализа является «Твиттер»-аккаунт лидера ЛДПР Владимира Вольфовича Жириновского. Предмет исследования – прямые номинации ценностей в блоге политика. Анализ показывает, что ведущим при отборе аксиологически маркированных номинаций для Жириновского является принцип социоцентризма. Базовыми ценностями, представленными в блоге, являются единство и справедливость. Обращает на себя внимание употребление в высказываниях в роли субъекта-действия личного местоимения в форме множественного числа: *Мы категорически против. Рубль – наша главная денежная единица. Никакой валюты.* Местоимение акцентирует необходимость совместной деятельности. Обращает на себя внимание частотность использования аббревиатуры ЛДПР, превышающая частотность использования местоимения Я: *За 25 лет ЛДПР показала: есть честная партия, есть, кого поддерживать; Какой-нибудь закон вносится от имени десятков депутатов. Большинство из них и в руках его не держали! Порочная практика. В ЛДПР такого нет.* Последнее свидетельствует о тиражировании идеи партийного единства как политической ценности.

Политик обращается к ценностям материального характера (номинациям рубль, зарплата, пенсия, льготы. В тоже время духовное преобладает над материальным. Так, интерпретацию отмеченных материальных ценностей охватывает концепт «социальная справедливость».

Стратегическая задача для Жириновского – приобщение электората к установкам партии. Ценностные установки часто транслируются в записях через использование аксиологических суждений и лозунгов-призывов.

Литература

Жириновский В.В. // портал «Твиттер», 2014-2015. [электронный ресурс] <https://twitter.com/Zhirinovskiy>

Купина Н. А. Аксиологическая доминанта в тексте программной статьи губернатора Свердловской области Евгения Куйвашева «Мобилизация на успех: 2016» // Политическая лингвистика. Екатеринбург: 2016, с. 20 – 26.

Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных факторов. Коллективная монография. М.: ТЕЗАУРУС, 2011.

Кислицына П. А.
студентка
Михайлова Ю. Н.
доцент

ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ¹

Глянцевый журнал является одним из наиболее значимых информационных каналов печатной продукции для большей части молодежи, важным

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ (грант 15-04-00239 а "Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика").

ресурсом формирования социально значимого поведения. Большая часть глянцевого журналов обращается сегодня к женщине. «Глянец» транслирует определенные ценностные установки, его страницы открывают яркую, беззаботную жизнь, приобщают к сообществу успешных людей [Долгова 2011: 3]. Тематико-ценностная направленность глянцевого журнала пестра и разнообразна, в частности, гляцевый журнал посредством вербального и визуального ряда формирует гендерные аксиологические стереотипы. Гендерные стереотипы в СМИ – особо распространенные и наиболее актуальные гендерные стереотипы массового сознания и массовой культуры [Ефремов 2009: 104]. Именно через глянцевые журналы «навязываются» определенные аксиологические стереотипы восприятия современной красавицы.

Материалом нашего исследования послужили контексты, извлеченные из журналов Yes, Cosmopolitan, Ooops, Joy, Elle girl, Работница, Крестьянка за 2008-2016 гг., в которых дается характеристика внешнего облика красивой женщины и ее внутренних установок. Мы выделили следующие аксиологические стереотипы, связанные с образом современной красавицы:

1. Первая группа стереотипов касается **внешнего вида** красивой женщины.

На первый план выходит **естественная красота**, а не модельная внешность: *Большую актуальность приобретает естественность* (Yes, январь 2013); *Естественная красота – основной тренд современной моды* (Yes, октябрь 2012).

Естественная красота невозможна без **ухаживаемости и аккуратности**: *Нужно быть ухоженной* (Yes, октябрь 2011), *Девочки должны выглядеть аккуратно* (Yes, август 2012).

Современная красавица должна быть **стройной**, у нее должна быть **совершенная фигура**. Особое внимание уделяется телесному совершенству, которое достигается диетой и физическими нагрузками. Идея стройности и похудения являются центральными во всех женских глянцевых журналах. *Ты стараешься следить за фигурой, ведь модные вещи лучше смотрятся на идеальном теле* (Yes, октябрь 2012), *Я не отступилась от своего желания стать стройнее* (Yes, октябрь 2012), *Питательный завтрак надолго подавит чувство сытости, что поможет избежать переедания в течение дня и, как следствие, увеличения веса* (Работница №1, январь, 2016). Однако диеты и чрезмерные физические нагрузки могут повредить здоровью, поэтому в стремлении к совершенству нужно соблюдать умеренность.

2. Вторая группа стереотипов связана с **образом жизни** современной красивой женщины.

В тренде современной жизни спорт и здоровый образ жизни. Чтобы быть красивой нужно держать тело в тонусе, правильно питаться и соблюдать режим дня: *Красивое лицо и тело – это следствие правильного питания, занятий спортом и обретения душевной гармонии* (Крестьянка №10, октябрь, 2013), *Спорт – в тренде* (Yes, октябрь 2012), *Главное – держать тело в тонусе* (Cosmopolitan, апрель 2015), *Я веду активный образ жизни. Стараюсь быть в форме* (Joy, август 2012).

3. Третья группа стереотипов отражает требования к внутреннему облику женщины, к определенным чертам характера, которые раскроют и подчеркнут ее внутреннюю красоту.

Настоящая красавица должна быть **женственной и грациозной**: *Ты – воплощение женственности и грациозности* (Yes, октябрь 2012), *Женственность сейчас в моде* (Крестьянка №6, июнь, 2013), **обаятельной и привлекательной**: *Настоящая красота – это не внешние данные, это то, что идет изнутри* (Yes, октябрь 2012), она должна быть **уверенной в себе**: *Уверенность в себе и в своих силах – один из главных критериев успешности* (Работница №1, январь, 2016), *Открытость, естественность, спокойствие, уверенность в себе* (Yes, октябрь 2012), **умной и самодостаточной**: *Настоящая красота – это когда глаза светятся, когда ты видишь в них ум и самодостаточность* (Yes, октябрь 2012), а также **скромной** *Скромность украшает* (Yes, январь 2013).

Таким образом, современные глянцевые журналы формируют образ красавицы, к которому нужно стремиться, которому нужно подражать. Глянцевые журналы как проводники гламура нередко опровергают истинные этические и эстетические ценности общества. Современная красавица должна быть естественной, аккуратной и ухоженной, но при этом яркой, оригинальной и неповторимой, она должна иметь безупречную фигуру, но не изнурять себя диетами, должна вести здоровый образ жизни. Девушка должна быть женственной, обаятельной, уверенной в себе, скромной, умной и самодостаточной.

Литература

Долгова Ю.А. Социальный феномен глянцевых журналов в культуре потребления молодежи: дис.....канд.соц. наук / Ю.А. Долгова – Саратов, 2011.

Ефремов В. А. Основы гендерной лингвистики: Учебно-методическое пособие / Автор-сост. В. А. Ефремов. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2009.

Купина Н. А.
профессор

ГАЗЕТЫ УРАЛЬСКОЙ ПРОВИНЦИИ В АКСИОЛОГИЧЕСКОМ ОСВЕЩЕНИИ¹

По данным толковых словарей, лексема *провинция* употребляется в значении «территория страны, удаленная от центра». В языковом сознании за-

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ (грант 15-04-00239 а "Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика").

креплены противопоставления «столица – провинция», «центр – провинция». Дифференциальный семантический компонент «отдаленная территория» является важным, но не существенным для характеристики провинции вообще и провинциального города в частности. Высказывания типа *Екатеринбург – столица Урала; Нижний Тагил – центр оборонной промышленности; Ханты-Мансийск – столица биатлона*; способствуют сглаживанию оппозиции и косвенно свидетельствуют о стремлении жителей отдаленных территорий дистанцироваться от идентификационного характеризатора «провинциальность», который в обыденном сознании ассоциируется с отсталостью, а также с простоватостью, безыскусностью. В приложении к прессе малых городов Урала отмеченный ассоциативный ряд формирует определенные аксиологические ожидания.

Всем, без исключения, муниципальным газетам присуща «географичность стиля», которая создается за счет активного употребления топонимов и оттопонимических образований, приобретающих аксиологически значимое приращение «родной, близкий» и способствующих формированию ценностного понятия «малая родина». Высокочастотные сочетания-интегремы *уральский (у.) край, у. земля, у. регион* в газетном сверхтексте имплицитно выражают преданность Уралу, готовность приумножать его богатства, сохранять верность сложившимся традициям. Аксиологическая константа – *уральский характер*. Уралец (*ревдинец, камышловец, серовчанин, березовчанин* и др.) предстает как человек социальный, яркий, талантливый, равнодушный, неординарный, трудолюбивый, способный удивлять.

Издания, ориентированные на семейное чтение (например, ревдинская газета «Городские вести»), сохраняют налет провинциальности. Звенья «наивной аксиологии» (И.Т. Вепрева) конструируются на основе аксиологически маркированной лексики (*жалеть, любить, добрый, сердце, душа, помощь, дружба, вместе, радость, счастье* и др.). В газетах, целенаправленно формирующих образ передового промышленного города («За медь» – Верхняя Пышма, «Вечерний Первоуральск»), налет провинциальности отсутствует. Интегремы *завод, цех*, названия градообразующих предприятий (УГМК, ПНТЗ), производственная лексика, а также не утратившие идеологической добавки «превосходство» слова и словосочетания-советизмы, новейшие клише (*конкурентоспособная промышленность, модернизация средств производства, энергосберегающие программы* и т.п.) поддерживают сквозной аксиологически мотив «мощь Урала».

Лексическую представленность регулярно получают такие ценности, как «созидательный труд», «общественная польза», «толерантное сосуществование разных народов, живущих на одной территории». Газеты малых городов Урала отстаивают ценностные предпочтения социоцентрического уральского и шире – российского менталитета.

ЦЕННОСТНЫЙ АСПЕКТ УЛЫБКИ (на материале русских и китайских фразеологизмов)

Улыбка сопровождает разные коммуникативные ситуации, например приветствие, прощание, беседу и др., выражает удовольствие, радость, поддержку в разговоре. Улыбка как знак невербального общения выполняет разные функции и обладает ярким национальным своеобразием.

Улыбка в китайской коммуникации, прежде всего, выполняет функцию выражения вежливости. При приветствии или в процессе диалога она сигнализирует о проявлении уважения к собеседнику. Так, китайский фразеологизм: *笑容可掬* (досл. *Улыбка во всё лицо, рот до ушей*) характеризует доброжелательную, веселую мимику человека. Китайцы считают, что улыбка представляет собой действительно важную и драгоценную способность человека: *千金买笑* досл. *Тратить сокровище – купить одну улыбку*. Улыбка способна защитить человека – *伸手不打笑脸人* досл. *Сердитый кулак не бьет по улыбающемуся лицу*.

Китайцы улыбаются всегда. Даже во время делового общения они не перестают улыбаться и ждут подобного поведения от своих партнеров. Отсутствие ответной улыбки может привести к сбоям в коммуникации. Улыбка в Китае выполняет демонстрацию вежливости и в сфере бизнеса. Об этом гласит китайская поговорка: *人无笑脸休开店* досл. *Человек без улыбки на лице не должен открывать магазин*; *笑迎四方客* досл. *Улыбка встречает гостей из всех краев*.

В представлении китайского народа постоянная улыбка может принести счастье, удачу и снять страдание и огорчение *笑一笑，没烦恼* досл. *Улыбка прогонит страдание*; *笑解千愁* досл. *Улыбка устранил все печали*; это один из важных факторов продления жизни: *笑口常开，青春常在* досл. *Улыбка продлевает молодость*; *笑一笑，十年少* досл. *Кто умеет смеяться, тот становится моложе*; *常乐常笑，益寿之道* досл. *Постоянно смеяться, постоянно улыбаться – значит, продлевать жизнь*. Главная функция улыбки в Китае символическая, это национальный образ поведения.

Вследствие этого улыбка не всегда выражает радость или взаимную приязнь. Чувства могут быть совершенно противоположными, как гласит фразеологизм: *笑里藏刀* досл. *За улыбкой прятать нож* – в значении «коварный, двуличный человек». Функция улыбки в этих случаях – быть маской, скрывающей лицемерие или сохраняющей достоинство субъекта.

Отношение к улыбке в русском языковом сознании иное. По мнению иностранцев, русские, действительно, улыбаются значительно меньше, чем китайцы или американцы. Это связано с русским коммуникативным поведением, для которого характерна *бытовая неулыбчивость* [Прохоров, Стернин

2006: 145]. Такая яркая национально-специфическая черта русского общения отражена во многих поговорках и пословицах: *И смех и грех; И смех и горе; Кто смешился, тот и слезлив; В чем живет смех, в том и грех; Смех без причины – признак дурачины* и т. д.

Согласно русскому представлению улыбка требует определенного времени и соответствующей ситуации. Улыбка рассматривается как самостоятельное коммуникативное поведение, в большинстве случаев излишнее и не нужное. Ср. русскую поговорку *Делу время, потехе час*. Как говорил А. Райкин, «смеяться надо в специально отведенных для этого местах» [Прохоров, Стернин 2006: 151]. Улыбка должна быть уместной с точки зрения окружающих, соответствовать коммуникативной ситуации.

Большинство стандартных коммуникативных ситуаций русского общения не предполагают улыбки. Не принято улыбаться в серьезной и напряженной ситуации – *Тут не до смеху; Тут не до смешков; Шутка до добра не водит*.

В некоторых случаях улыбка или смех является признаком победы, и эта функция улыбки характерна как для русской, так и для китайской культур. Например, *Хорошо смеется тот, кто смеется последним; Последний смех лучше первого*. Сходное образное выражение находим и в китайском языке: *谁笑到最后, 谁笑的最好*.

Проанализированный материал даёт представление о культурной ценности улыбки, свойственной мировосприятию и национальной традиции двух этносов.

Литература

Даль В.И. Пословицы русского народа: В 2-х т. М. : Худож. лит., 1984.

Ли Ихуа, Люй Дэшэнь. Фразеологический словарь китайского языка. Сычуань : Словарь, 1985.

Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русское коммуникативное поведение. М.: Флинта, Наука, 2006.

Словарь китайских пословиц. Пекин, 2006.

Литовская Е. В.
аспирант

ВИДЕО-ХОСТИНГ PERISCOPE: ЕСТЕСТВЕННОСТЬ КАК НОВЫЙ ТРЕНД СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРНЕТА

Появление в 2015 на интернет-арене новой социальной сети Periscope, специализирующейся на трансляции потокового видео в режиме реального времени в настоящий момент активно обсуждается как рядовыми пользователями, так и специалистами в сфере медиативистики, так как она перевернула представление о возможностях блог-хостингов, особенностях передачи информации и заставила переосмыслить потребности интернет-сообщества.

Современное общество может быть охарактеризовано как «общество спектакля» [Дебор 1999], где каждый человек получил возможность моделировать свой образ и выступать одновременно и в качестве медиа, и в качестве «медиума» [Маклюэн 2014], что оказало сильное влияние на язык Всемирной сети, прошедший путь от традиционного письменного слога через эпоху вседозволенности и ставки на утрированную разговорность до выверенного устно-письменного языка. Так или иначе публичная речь в Интернете всегда предполагала возможность обдумывания и корректирования пост-фактум: даже кажущееся на первый взгляд спонтанным высказывание могло являться результатом длительной предпубликационной работы. Periscope демонстрирует совершенно другую тенденцию: он ситуативен и зачастую хаотичен, сам характер сети предполагает максимальное отсутствие «буферной зоны между транслятором и зрителем» [Чмир], что сказывается на языковом оформлении высказывания. Известный теоретик медиа Лев Манович, говоря о своем отношении к новой сети акцентирует внимание на важной аксиологической и антропологической проблеме современного Интернета, выражающейся, в первую очередь, через изменение языка: «Periscope на данный момент дает нам сырое и необработанное видение того, что из себя представляют обычные люди, как они говорят, что происходит вокруг них» [Чмир].

Трансляция в Periscope – это ситуация «непринужденного общения» [Земская 2003: 406], для которой характерны такие черты разговорной речи, как экспрессивность, склонность к языковой игре, обыгрывание фонетических ассоциаций, контаминация наивного, практического и профессионального дискурсов [Ахапкина 2014: 182], важность экстралингвистических факторов для понимания высказывания (мимика и жестикуляция говорящего, ситуация общения и др.), особые грамматика, синтаксис и лексика [Земская 2003]. Неподготовленность высказывания, наличие в нем специфических особенностей речи определенного человека, его живая реакция на происходящее выгодно отличает новую сеть от других популярных сервисов (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube и др.), превращая его в наиболее искреннюю социальную сеть из существующих.

Интернет в наши дни все чаще подвергается критике за пропаганду образов, далеких от реальности, за поощрение искусственности и попытки перекраивания действительности. Пользователь создает свое персональное «трансмедийное повествование» [Jenkins], формируя свой образ при помощи механизмов различных социальных сетей, корректируя его пост-фактум: удаляя и скрывая записи, переписывая их – письменный онлайн-текст дает такую возможность, а онлайн-трансляция показывает человека таким, какой он есть.

Появление Periscope на волне критики выверенных стратегий самопрезентации в других популярных сетях и блог-сервисах и то, как быстро он набрал популярность среди молодежи, использующей также множество других социальных сетей, можно рассматривать как показатель изменения потребностей интернет-сообщества: возникла нужда в наблюдении за реальным человеком, дистанционном соучастии в событии в режиме он-лайн, в естественно-

сти, проявляющемся как на лингвистическом, так и на экстралингвистическом уровнях.

Литература

Ахапкина Я.Э. О грамматике устно-письменного высказывания // Современный русский язык в Интернете. М.: Языки славянской культуры. С. 181-194.

Дебор Г. Общество спектакля. М.: Логос, 1999.

Земская Е. А. Разговорный язык // Русский язык: Энциклопедия / Под ред. Ю. Н. Караулова. М.: Дрофа, 2003.

Маклюэн М. Понимание медиа. М.: Кучково поле, 2014.

Чмир М. Год Periscope: как видеостримы бездельников, зеков и звезд меняют медиа. URL: <https://daily.afisha.ru/technology/1069-god-periscope-kak-videostrimy-bezdelnikov-zekov-i-zvezd-menyayt-media/>

Jenkins H. Transmedia storytelling 101 // Confessions of an Aca-fan: the official web-log of Henry Jenkins URL: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html

Лысенко М.
магистрант
Сюй Шаньшань
аспирант

СЧАСТЬЕ КАК СЕМЕЙНАЯ ЦЕННОСТЬ

(на примере дореволюционных и современных брачных объявлений)

Цель нашей работы – сравнить объявления из дореволюционных брачных газет с объявлениями из телепередачи «Давай поженимся». За единицу сравнения мы выбрали употребление лексемы *счастье*, анализ контекстов с которой позволит найти черты сходства и различия в понимании семейных базовых ценностей в современный и дореволюционный периоды российской истории.

Проведенное исследование позволило выделить в дореволюционных брачных объявлениях прагматическую и романтическую тенденции употребления лексемы. Прагматическая направленность формируется путем указания на финансовое положение желаемого избранника, при этом счастье понимается как материальная сущность. Такие объявления принадлежат женщинам. Например: *ИНТЕРЕСНАЯ дама, 25 лет, жаждет красивого счастья <...> в браке с богатым человеком* [«Брачная газета», 1912]; *Южанка, 30 лет, <...> даст счастье соответствующего возраста господину, только хорошо обеспеченному (так как в нужде скоро исчезнет счастье)...* [«Брачная Газета», 1911]. Типовым приемом романтической тенденции являлось метафорическое осмысление слова *счастье*. Авторы таких объявлений – мужчины:

Радомес ищет свою Аиду <...> способную замуроваться с ним в пещере семейного счастья [«Брачная газета», 1907]; *И в душах наших расцветут розы счастья и надежды...* [«Брачная газета», 1911]. Еще одной особенностью революционных объявлений можно назвать идеологическое понимание счастья, например: *взаимное счастье путем совместного труда; идейное счастье; бороться за счастье семейное и общечеловеческое.*

В современных шоу, целью которых является знакомство и создание семьи, также часто используется слово *счастье*. По сравнению с газетными брачными объявлениями, в самопрезентациях на ток-шоу гораздо реже указывается на то, что обязательным признаком потенциального жениха / невесты является материальная обеспеченность. В большей части контекстов слово *счастье* использовалось в связи с семейным благополучием, браком (*женское счастье, семейное счастье, мечтаю о счастье в семье*). Стоит отметить, что современные контексты отличаются гораздо меньшей степенью метафоричности и образности. Наконец, специфику современных объявлений также составляет юмор в обыгрывании понятия *счастье*: Считает, что **для полного счастья мужчине нужна полная женщина** (Евгений, эфир 15 апреля 2015 г.); Предупреждает, что *его женщине придётся смириться со счастьем* (Сергей, эфир 24 июня 2015).

В докладе будет рассмотрен материал, доказывающий высказанные положения.

Ма Гуйин
магистрант

ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА В АКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ (на материале устойчивых сравнений русского языка)

Поведение – присущее живым существам взаимодействие со средой, опосредованное их внешней (двигательной) и внутренней (психической) активностью; целеориентированная активность живого организма, служащая для осуществления контакта с внешним миром [Головин 1998]. Поведение человека выступает внешним выражением его внутреннего мира, всей системы его жизненных установок, ценностей, идеалов [Степанов 2005]. Человеческое поведение ориентируется на определенные, принятые в той или иной этнокультуре ценности. По словам Н. О. Лосского, «ценность есть нечто всепроникающее, определяющее смысл и всего мира в целом, и каждой личности, и каждого события, и каждого поступка» [Лосский 1931].

Мы живем в обществе, являемся его частью, поэтому нас оценивают как социальную личность. Ценность как ориентир человеческого поведения отражена в русских устойчивых сравнениях. Устойчивые сравнения представляют собой фразеологизированный пласт лексики. Это достаточно широкий круг воспроизводимых сочетаний слов особой структуры, характери-

зующих разные объекты реального мира. Отдельную группу составляют устойчивые сравнения, характеризующие поведение человека, которые стали объектом нашего исследования. Материал извлекался методом сплошной выборки из словарей устойчивых сравнений русского языка [Лебедева 2011; Огольцев 2001].

Как показал анализ, в русском языке нет устойчивых сравнений, характеризующих аспекты поведения с положительной оценкой, вероятно, потому, что человек обращает большее внимание на ненормативное поведение.

С помощью устойчивых сравнений дается отрицательная оценка следующим аспектам поведения: 1. угодливость – *извиваться как уж (на сковороде/сковородке), крутиться как юла, вертеться как чёрт/бес перед заутренней*; 2. назойливость – *приставать как с ножом к горлу, как репей/репейник, как смола, как банный лист, липнуть как муха*; 3. лживость – *врать как сивый мерин*; 4. грубость – *ругаться как (базарная) торговка, как (ломовой) извозчик, как сапожник; набрасываться как собака, как пес, как кориун; ворчать как старый дед*; 5. конфликтность – *вести себя как науки в банке*; 6. неверное позиционирование себя в обществе – *вести себя как маленький, как мальчик, как школьник, как дикарь*; 7. предательство и легкомысленность – *блудить как мартовский кот, порхать как мотылек*. В русской системе ценностей такое поведение людей заслуживает порицания и осуждения. Интересно, что две противоположные стороны речевого поведения – говорливость и молчаливость – получают одинаковую отрицательную оценку: с одной стороны, *трещать как сорока, болтать как балаболка, как трещотка, орать как базарная баба*; с другой стороны – *сидеть как бирюк, как сыч; молчаливый как рыба*. Важным оказывается критерий нормы: излишняя разговорчивость и неразговорчивость в коммуникативной ситуации оцениваются как нестандартное проявление социального поведения человека и потому получают неодобрительную оценку.

Литература

Головин С.Ю. Словарь практического психолога. М.: АСТ, Харвест, 1998.

Лебедева Л.А. Устойчивые сравнения русского языка: Тематический словарь. М.: Флинта, 2011.

Лосский Н.О. Ценность и бытие. Бог и царство божие как основа ценностей. URL: <http://padabum.com/d.php?id=49532>

Огольцев В.М. Словарь устойчивых сравнений русского языка (синоним-антонимический). М.: Русские словари, 2001.

Степанов С.С. Популярная психологическая энциклопедия. М.: Эксмо, 2005.

МЕТАЯЗЫКОВЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ КАК СПОСОБ ОЦЕНКИ МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Литература, подразделяясь на «высокую» и «низкую», становится объектом аксиологии – науки, занимающейся проблемами понимания ценностей. Массовая литература – «совокупность популярных произведений, которые рассчитаны на читателя, <...> невзыскательного, не обладающего развитым вкусом, не желающего либо не способного самостоятельно мыслить и по достоинству оценивать произведения, ищущего в печатной продукции главным образом развлечения» [Хализев 1999: 127–128].

Мы можем наблюдать, как говорящий или пишущий выражает мнение по поводу массовой литературы. Подобные оценочные высказывания часто являются проявлениями метаязыковой рефлексии. Цель нашего доклада – выявить метаязыковые операторы, которые указывают на единицы, способствующие смягчению / огрублению информации, определяющей отношение говорящего к массовой литературе. Выборка материала проводилась на основе публицистических текстов средств массовой информации с 1990 по 2016 года с помощью базы Integrum.

Выявим метаязыковые операторы деструктивного речевого общения.

1. **С позволения сказать**, например: *«Новая элита» пытается вытравить из нашей жизни живое русское слово, русскую литературу, русскую песню, русскую музыку, заменяя всё это пошлой массовой «литературой» и дебильной попсой. <...> При такой культурной, с позволения сказать, политике до чего мы дожили!* (Советская Россия; 31.01.2013).

2. **Так называемый**, например: *Издателей, специализирующихся на выпуске так называемой массовой литературы, понять можно – им нужны деньги* (Вечерняя Москва; 21.03.2002).

3. **Грубо говоря**, например: *Всем, грубо говоря, по фигу, что думают хорошие писатели. Всем почему-то интереснее мнение условной Ксюши Собчак или условного Михалкова, чем реальных Искандера или Распутина* (Независимая газета; 30.05.2013).

Обратимся к метаязыковым операторам конструктивного общения. Так, например, рефлексив **мягко говоря**, напротив, предполагает смягчение речи. Например: *Причем выбор – тоже самый широкий. На все вкусы: от детективов, любовных романов, фантастических и мистических триллеров и прочих образчиков «массовой литературы», написанных в большинстве своем на весьма, мягко говоря, непритязательном художественном уровне,*

Собранный материал позволил выделить наиболее значимые характеристики массовой литературы. Во-первых, массовая литература осмысливается как негативное явление современной культуры, уничтожающее достояние прошлого. Во-вторых, за популярностью массовой литературы стоит коммерческий спрос. В-третьих, она тривиальна и жестко структурирована. Таким

образом, мы можем сделать вывод, что массовая литература, ориентированная на примитивное понимание действительности, не ставит перед собой задачу рассматривать высшие ценности, способные влиять на мораль и нравственность современного общества. Отношение к массовой литературе, её характеристики нередко отражаются в речи современного носителя языка, которому не чужды оценочные высказывания.

Литература

Хализев В.Е. Теория литературы – М.: Высшая школа, 1999.

Матвеева Т. В.

профессор

АНТИЦЕННОСТИ ДИАЛОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ¹

Опорные для аксиологии понятия оценки и ценности в полной мере распространяются на сферу неформального речевого общения. Коммуникативное поведение личности в непосредственном общении характеризуется общекультурными нормами, закрепленными за определенными типами ситуации и статусом коммуникантов [Стернин 2008: 106].

Нормы вырабатываются в практике речевого общения, они кристаллизуются в ориентации на речь авторитетных пользователей языка и, как правило, действуют в зонах вариативности в сопровождении речевых ошибок. А.П. Сковородников выделяет в составе коммуникативно-речевой компетенции эрратологическую (от лат. *error* – ‘ошибка’), содержание которой определяется умением «видеть, квалифицировать и исправлять разного рода коммуникативные ошибки и недочеты» [Сковородников 2012: 242].

В традиционной культуре речи понятие речевой ошибки привязано к понятию нормы, оно имеет собственную теорию, ошибки классифицируются, обсуждается проблема их предупреждения, вырабатываются методы искоренения, т.е. феномен нормы/антинормы рассматривается как целостный объект изучения. Диалогическое общение не характеризуется подобным отношением к коммуникативно-речевой норме и отклонениям от нее. Поставив цель последовательного нормативного подхода к диалогу, можно выделить зону антинормы, или антиценностей (норма – ценностное понятие), в качестве специального объекта лингвистического внимания. Данный объект напрямую связан с системой ментальных предписаний и запретов, которыми руководствуется большинство носителей языка, хотя эти ограничения и не сформулированы в виде жестких правил.

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

Антиценности коммуникативного поведения, как правило, отражают превышение меры нормативного признака. Чрезмерная разговорчивость перерастает в болтливость, откровенность – в речевую эгоцентричность, скромность в самоуничижение, сдержанность в скрытность, общительность в развязность и т.п. Это порождает проблему определения границ объекта изучения. Провести четкую границу между стандартной мерой и параметрическим отклонением от нее в сфере разговорной речи заведомо не удастся в силу действия большого количества факторов коммуникативного влияния, наличия большого количества лингвокультурных типажей, структурных особенностей устного неформального диалога. Применение контент-анализа и более простых статистических методов вряд ли даст удовлетворительный результат по причине «плавающего» характера параметрических признаков и субъективности критериев оценки. Однако на первых порах можно ставить только цель анализа максимальных проявлений антинормы коммуникативного поведения, в опоре на использование сопоставительного принципа в пределах родного языка. Сопоставление нормы, заданной русским риторическим идеалом, с антинормой, наблюдаемой в своих максимальных проявлениях, обнаружит суть явления, хотя, конечно, оставит вне поля зрения обширную сферу неярко выраженных параметрических отклонений.

Отдельные накопления в области изучения антиценностей русской культуры повседневного общения уже имеются. Например, о гипертрофии Я-темы как признаке эгоцентрической модальности писали Я.Т. Рытникова [1996] и А.В. Ланских [2008]. В данных работах намечены общие контуры исследования антиценностей речевого поведения, с выделением актуальных стратегий (в названном случае это стратегия самопрезентации) и речевых тактик их реализаций (констатация собственного эмоционального благополучия, демонстрация своего превосходства, завышение объема презентующих высказываний и др.). Детальное изучение категории Я-темы позволяет дополнить коммуникативно-прагматический подход содержательно. Так, ситуативное наполнение Я-темы в речевой работе школьного учителя нормативно, обобщенно-логическое требует строгой дозировки, а вот биографическое является антиценностью, минусом профессиограммы, поскольку отвлекает адресата речи от изучаемого предмета и не обладает верной психологической влиятельностью.

Подход к проблеме речеповеденческих антиценностей как совокупному объекту лингвистического изучения позволит увидеть совокупное «мурло» коммуникативно-речевой антинормы, что, в свою очередь, позволит значительно расширить проблематику культуры речи и разрабатывать данную проблему в методическом и педагогическом ключе.

Литература

Ланских А.В. Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики. Дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008.

Рытникова Я.Т. Семейная беседа: обоснование и риторическая интерпретация жанра. Дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1996.

Сковородников А.П. Коммуникативно-речевая компетенция // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник / Под ред. А.П. Сковородникова. Красноярск, 2012: 241–242.

Стернин И.А. Коммуникативное поведение и его описание / Стернин И.А. Теоретические и прикладные проблемы языкознания: Избранные работы. Воронеж, 2008. С.104–129.

Михайлова О. А.
профессор

АКСИОЛОЛОГИЧЕСКАЯ ДИНАМИКА ТОЛЕРАНТНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ¹

Многогранность феномена толерантность позволяет рассматривать его в разных аспектах. Наиболее распространенным и популярным в гуманитарных науках является аксиологический подход к изучению этого феномена, поскольку толерантность во все времена считалась одной из основных общечеловеческих ценностей.

В современном обществе ценностный подход к толерантности, как отмечает А. С. Капто, определяется установкой «Декларации о культуре мира» на содействие «глобальному движению в направлении скорейшего перехода от культуры насилия и войны к культуре мира и ненасилия в новом тысячелетии», и это предполагает утверждение в международном сообществе принципиально новой ценностной парадигмы. Толерантность как ценность базируется не на противостоянии, а на *существовании* с иным, не на отрицании, а на *признании* другого, не на безропотной терпеливости к насилию, а на его *преодолении* [Капто 2001: 175].

Аксиология рассматривает феномен толерантности в категориях блага и зла, целей и средств, субъективных и объективных, положительных и отрицательных, актуальных и потенциальных, кажущихся и реальных, абсолютных и относительных ценностей и т.д. Эти виды ценностей не исключают друг друга, они взаимосвязаны, и некоторые из них воплощают в себе черты многих других ценностей

Толерантность как ценность важна и в том отношении, что ей присуща активная позиция в отношении в чужому / иному, отмеченная в «Декларации принципов толерантности», принятой Генеральной конференцией ЮНЕСКО 16 ноября 1995 года.

Несмотря на солидную историю ценностного подхода к пониманию толерантности и его значимые результаты, сегодня – под влиянием известных общественных процессов, происходящих во всем мире, – ценность толерант-

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

ности уже не воспринимается так однозначно. В научной литературе, публицистике, в интернет-коммуникации не прекращаются оживленные дискуссии по этой проблеме.

Толерантность сейчас отождествляют не с терпимостью, а с безразличием, снисхождением. Принципы толерантности признаются антинациональными, навязываемыми России западными идеологиями. Приведу пример фрагмента интервью министра культуры РФ В. Медынского газете «Коммерсантъ» (16 апреля 2014): *А толерантность — это другое. Это мертвый, абстрактный принцип, заставляющий смиряться с любым чужим действием, в том числе с бесчинствами, уродством, пошлостью. Конечно, толерантность имеет право на существование, но она должна быть личным выбором человека. Быть толерантным или нет — частное дело, все равно как курить или не курить. Но делать толерантность принципом госполитики в культуре логически невозможно. Тогда придется быть толерантным не только к неэтичному, безнравственному и уродливому в искусстве — надо будет смиряться и принимать элементарный непрофессионализм. Толерантность — это всегда негативное чувство, это терпимость без любви, через силу, "поперек живота".*

Литература

Канто А. С. Толерантность в контексте концепции «культура мира» // Безопасность Евразии. 2001. № 1. С. 175–181.

Орешкина Е.
студент

ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ В КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЕ («Танки» в прямом эфире)

World of Tanks (Мир Танков) — это выполненная в жанре аркадного танкового симулятора клиентская игра, события которой проходят в реальном времени, а команды могут объединять до 15 человек [<http://igrofan.ru/world-of-tanks>]. По данным официального сайта, эта онлайн-игра соединяет в себе возможности многих жанров (*стратегия, экшен, шутер* и др.), популярность ее подтверждается количеством зарегистрированных игроков (более 100 млн) и наличием престижных международных наград [<http://worldoftanks.ru/>]. Онлайн-игра вписана не только в виртуальную действительность, в связи с *World of Tanks* говорят о киберспорте, киберкоммерции и киберпреступности. Материалом для нашего доклада послужили игры пользователя *БомбалеЙло*, размещенные на видеохостинге и собравшие большое количество просмотров и комментариев [<https://www.youtube.com/>].

Речь игроков подчинена разговорной стихии (*Мы ж на восьмёрках/ ё-маё// Куда нам вообще рашить?*), наполнена экспрессивами (в том числе нецензурными), жаргонизирована (*голда, вафля, арта, восьмерка, рашить*).

Можно говорить, что в игре наблюдаются факты многоглаголия и разноглаголия [Русский язык в многоглагольном... 2014]:

— *О/ о посмотри/ посмотри уже/ посмотри/ о/ нетух-нетух-нетух-нетух/ стрельнул// Никита/ я в него попал. Ни хера себе/ броня не пробита // Прикньте / я в него попал /*

— *Не пробил и чи що?*

Оценочные суждения и ценностные установки игроков специализируются:

1. Смерть не сакрализируется, воспринимается как игровой эпизод: *Лорейн сдох// Не/ я не удивлён/ что он сдох/ он выкатился на 3 танка// Ой/ как Ярик заходит/ Ярик красава/ красава Ярик // Ко мне / ко мне / ко мне// Ангелос / ко мне!*

2. В катастрофе выявляются положительные составляющие (смерть противника), в том числе эстетические: *А горит / горит / хорошо; Т95! Т95! А-а-а!!! Нормально/ нормально/ всё хорошо/ всё хорошо. Боже/ какое мясо/ какое там мясо творится!*

3. Отрицательные и положительные оценки часто (но не всегда) не содержат аргументов, так как основание оценки наблюдается игроками совместно в реальном времени онлайн-игры: *Это норм / норм// Нам щас 62 будет насовывать в корму// Это печаль// И арта простреливает этот дом; Не/ Ярик красава там; Это не пушка/ это кусок дерьма// Рикошет! А/ и сзади меня добились.*

В центре внимания игроков — командные действия. Соответственно большинство реплик имеет регулятивный характер. Оценочные высказывания соотносятся с функциями подбадривания и поддержания общего эмоционального фона. Повышение градуса эмоций характерно для игр в целом, но в *World of Tanks* вербализация этих эмоций необходима для успешных целенаправленных командных действий.

Литература

Русский язык в многоглагольном социокультурном пространстве: [монография] / отв. ред. Б.М. Гаспаров, Н.А. Купина. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014.

Панов И.Д.
магистрант

РАЗГОВОРНОСТЬ МЕДИАТЕКСТА: СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Конструктивным принципом публицистики, выделяющим его среди других функциональных стилей, является соединение стандарта и экспрессии. В.Г. Костомаров отмечал, что публицистический язык не терпит ни максимума информативности, ни максимума эмоциональности. «В первом случае не

было бы эмоционально-воздействующего эффекта, во втором – необходимой фактографичности» [Костомаров 1971: 91].

Последние десятилетия отечественной публицистики характеризуются демократизацией языка СМИ, что обусловлено нацеленностью современной публицистики – сближением психологической дистанции между автором и адресатом. Достигается это задача различными средствами, но основным направлением этого процесса является более широкое и активное включение в публицистический стиль органических элементов других функциональных сфер, в первую очередь – разговорной, как в лексических, так и в синтаксических проявлениях.

В разговорном лексиконе важно разграничивать собственно разговорную и просторечную лексику. Та и другая находят своё место в текстах СМИ, но функции их несколько различаются. Разговорная лексика признается литературной, она лишь придает речи непринужденный характер. Журналист, включая в свои материалы собственно-разговорную лексику, стремится быть с ним «на одной волне», показать свою социокультурную близость адресату. В отличие от собственно разговорной, просторечная лексика выходит за пределы литературной нормы, поэтому ее использование в медиатекстах гораздо больше ориентировано на экспрессивный эффект. Однако применение просторечия всегда сомнительно с этической точки зрения, оно регулируется форматом издания и языковым вкусом автора.

Другой способ реализации разговорности в текстах СМИ – использование разговорного синтаксиса. Выделим в качестве наиболее типичных такие синтаксические проявления разговорного характера, как эллипсис и парцелляция.

Эллиптичность – один из основных принципов построения разговорного текста» [Сиротинина 1974: 101–108]. Эллипсис возникает в разговорном высказывании как преднамеренный пропуск слов с целью экономии языковых усилий. Эллиптическая конструкция характеризуется структурной неполнотой. В медиатекстах эллипсис дополнительно выполняет характерологическую и композиционно-выразительную функции [Сковородников 1981].

Во-первых, эллипсис оживляет публицистический текст, придает ему разговорную интонацию, создает эффект устного общения. Иными словами, этот прием в текстах СМИ работает на психологическое сближение коммуникантов. Во-вторых, с помощью эллиптических конструкций журналист акцентирует внимание на определенных языковых единицах, наиболее значимых с точки зрения авторского замысла. В этом проявляется композиционно-выразительная функция стилистической фигуры.

Парцелляция заключается в расчленении синтаксической структуры предложения. Это стилистический прием, состоящий в том, что высказывание оформляется в виде двух (редко более) частей, оформленных в виде отдельных предложений. Парцеллят – вторая часть такого высказывания – содержит в себе дополнительную к содержанию первой части информацию. В реальной разговорной речи это не прием выразительности, а смысловое дополнение,

восполнение упущенного смысла, договаривание. В медиатекстах парцелляция является стилистическим приемом, фигурой речи.

Данная стилистическая фигура, как и эллипсис, всегда несет на себе отпечаток разговорности. Ее особенность заключается в том, что она передает впечатление о неподготовленности, воспроизводит факт недостаточной отработанности речевого выражения. В пределах «чужого» стиля это создает эффект выразительности.

Для парцелляции характерна также выделительная функция. Парцеллы могут использоваться для выделения конкретной эмоции, шутливой переосмысления высказывания и т.п. Особенно примечательна функция создания в медиатексте иронического подтекста или усиления иронии. Этот эффект создается тем, что автор намеренно отделяет от основной части высказывания языковые единицы, которые обладают иронической окраской, оформляет последние в виде парцеллы и получает эффектный стилистический контраст. Парцелляция не только придает высказыванию тональность непринужденности, но и помогает взаимодействовать с адресатом в игровой форме на эстетических основаниях.

Литература

Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.

Сиротинина О.Б. Современная разговорная речь и ее особенности. М., 1974.

Сковородников А.П. Экспрессивные синтаксические конструкции современного русского литературного языка. Томск, 1981.

Пикулева Ю. Б.
доцент

ЖАНР ПОЗДРАВЛЕНИЯ В ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ¹

Жанр поздравления входит в класс ритуальных высказываний-перформативов, которые могут быть описаны в лингвоаксиологическом аспекте. Практически обязательным элементом подобного высказывания является пожелание – своеобразная формулировка жизненных установок на будущее. Анализ пожеланий позволяет выделить базовые ценности общества и разных социальных групп, описать динамику ценностных предпочтений.

Стандартные формулы пожелания предполагают наличие глагола-перформатива с зависимым словом, номинирующим объект пожелания: *Желаю счастья! Желаю быть здоровым!* (в неофициальной коммуникации конструкция редуцируется до слова, обозначающего желаемое: *Удачи!*). Также

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

часто используется глагол в императивной форме, нередко с прилагательными, называющими желаемое состояние: *Будь радостен! Не болей!* Нередко поздравляющие прибегают к конструкции с частицей *пусть*: *Пусть тебе сопутствует успех!* Несмотря на разнообразие способов выражения пожеланий, «рематическим центром» [Демешкина 1995: 50] таких высказываний всегда оказываются слова, представляющие желательные для поздравляемого свойства, качества, состояния, объекты материального мира. Именно они и являются именами базовых ценностей общества, т.е. отражают «обобщенные представления о том, что является должным, правильным, социально и личностно желанным» [Национальные базовые ценности 2015: 4].

Тексты поздравлений показывают, что набор желаемого константен. Чаще других в своих пожеланиях поздравляющие обращаются к таким концептам, как *счастье, здоровье, любовь, удача, успех, деньги*, которые выступают в роли составляющих обобщенного представления о *благополучии*, т.е. спокойном счастливом состоянии тела и духа и жизни в достатке.

Несмотря на наличие константного ценностного ядра пожеланий, анализ текстов поздравлений позволяет выявить гендерные, возрастные, статусные различия в ценностных установках. Так, поздравление женщине чаще содержит пожелания *благополучия в личной жизни*, поздравление мужчине – *пожелание карьерного роста*. Поздравление ребёнку утверждает ценность *хорошей учебы*, поздравление молодому человеку – ценность *самореализации*, поздравление пожилому – ценность *достойной жизни*. Поздравление начальнику будет формировать образ будущего, в котором человек достигает *огромного успеха в карьере*, поздравление подчиненному будет сосредоточено на ценности *труда на благо коллектива*.

Анализ текстов поздравлений разных лет позволяет выявить динамику ценностей, которая во многом обусловливается социальными изменениями, происходящими в нашей стране. Так, на рубеже XX-XXI веков на фоне финансовой нестабильности жизни россиян частотными становятся пожелания, связанные с *материальным благополучием человека*. В связи с обострением общественно-политической ситуации уже не как клише воспринимается ранее стандартное пожелание *мирного неба над головой*.

Исследование текстов-поздравлений обладает огромным потенциалом для составления и лингвистической систематизации вербальных знаков базовых ценностей общества. При этом анализ «авторских», неклишированных (часто стихотворных) поздравлений способен выявить индивидуальные ценностные смыслы, значимые для отдельной личности и ее ближнего круга.

Литература

Демешкина Т.А. Жанровое своеобразие высказываний-пожеланий // Коммуникативные аспекты слова в текстах разной жанрово-стилевой ориентации: Межвуз. сб. науч. тр. – Томск, 1995. – С. 45-58.

Национальные базовые ценности и их динамика: результаты социолингвистического мониторинга / отв. ред. И.Т.Вепрева. – Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2015.

ПРОВОКАТИВНЫЙ ЗАГОЛОВОК В ИНТЕРНЕТ-НОВОСТЯХ КАК СПОСОБ АКТИВИЗАЦИИ ЛЮБОПЫТСТВА

Один из типов провокативных заголовков интернет-новостей устроен по принципу «заинтриговать зрителя», когда информация, которую содержит новость, не ясна в заголовке, см., например: **Вот что** заставило Володину уйти из «Давай поженимся»; **Вот почему НАВКА** так долго не говорила об отце второго ребенка; *Грохнется! Экстрасенс шокировала: вот какие СИЛЫ* стоят за Путиным! Помните певицу Кети Топурию? **Вот посмотрите, что с ней произошло.** Заголовок может содержать прямой вопрос: **Что случилось с Путиным во время парада в Пекине? Что произойдет с пенсиями россиян с 1 февраля 2015 года? Что происходит с людьми, употребляющими капусту? Важно знать. На ком женился Путин 30 лет назад?**

Наличие подобных заголовков пробуждает в читателе интерес к новой информации, поданной как загадка, вызывает эпистемическое любопытство. Человеческое любопытство – феномен, имеющий амбивалентную оценочную характеристику. Прежде всего, в этом понятии заключена большая организующая сила, см.: любопытство – «2. Стремление узнать, увидеть что-н. новое, проявление интереса к чему-н.» [Толковый словарь 2008: 421]. Аксиологическую значимость приобретает жажда нового как важная побудительная сила всякого исследования. В то же время любопытство как пустой интерес ко всяким несущественным подробностям имеет и недостаток в моральном отношении. В социальном плане любопытный человек нарушает личную сферу другого человека, нанося ей урон. «Любопытство – это не только желание узнать что-то новое, но при этом еще и «пережить» эту новость, вписать ее в личную, эпистемическую сферу и оценить, эмоционально прочувствовать» [Рябцева 2005: 306].

Любопытство возникает спонтанно под воздействием внешнего стимула (в данном случае – провокативного заголовка). Процесс удовлетворения любопытства приятен, люди намеренно, с удовольствием ему предаются. Приступ потребности знать активизирует эмоциональное состояние читателя. Новая информация – это необходимая пища для души и сердца. Обращение к самому тексту новости с провокативным заголовком приводит читателя к разочарованию и информационному провалу: качество полученной информации не соответствует интригующему заголовку, включающему, кроме того, словацинтенсификаторы, усиливающие интерес. Так, в статье с заголовком **ВОТ ЧТО** в Интернете заметили на новых фото принца Джорджа рассказывается о том, что в СМИ впервые опубликованы фото принца Джорджа. В информации с заголовком **Что происходит с людьми, употребляющими капусту?** сообщается, что капуста – полезный продукт, и ее надо употреблять в пищу.

Характерное для человека стремление к новизне, разнообразию, развлечению не получает своей реализации, новости содержат тривиальную информацию. Но журналист достиг своей цели – в результате ненамеренного контакта с внешним стимулом читатель пошел на поводу ситуативного любопытства, которое лишило человека способности оценить конкретный прием.

Литература

Рябцева Н.К. Язык и естественный интеллект. Москва: Academia, 2005.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв.ред. Н.Ю. Шведова. Москва: Издательский центр «Азбуковник», 2008.

Самолова Д. С.
студент

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ТЕКСТАХ ПРИКОЛОВ

В системе общенациональных базовых ценностей выделяются доминантные. К ним относятся ценностные представления о родном языке и речи. Последнее подтверждается данными социолингвистического мониторинга [Национальные базовые ценности 2015: 9 – 13]. Объект лингвоаксиологического анализа – тексты приколов в определенной жанровой разновидности, основанные на трансформации пословиц и афоризмов. В. М. Мокиенко, Х. Вальтер, составители специального словаря [2005], назвали подобные вторичные тексты «антипословицами» и «антиафоризмами». В работе сопоставляются первичные (исходные) и вторичные (трансформированные) тексты, включающие номинации *язык*, *речь*, *слово*, а также номинации, лексические значения которых имеют сему речи *вежливость*, *привет*.

Формально-речевые трансформации первичного текста (лексические и морфологические замены и вставки; усечение или расширение левой части исходного текста; синтаксическая переработка второй части исходного текста; приращение правого контекста и др.) приводят к аксиологическим сдвигам. Например: *В начале было слово* – исходный текст; антиафоризм – *Сначала было слово. Потом – слово за слово, и началось...* Трансформация осуществляется за счет расширения правого контекста: используется разговорное устойчивое сочетание *слово за слово* в значении «обмениваясь репликами в разговоре, в котором одна тема обсуждения последовательно, непротиворечиво и почти незаметно для участников сменяет другую, подобно тому, как в речи одно слово следует за другим» [Баранов, Добровольский 2015: 709]. Шутливо-ироническое переосмысление афоризма способствует выдвиганию на первый план восприятия адресата возможности превращения ценности в антиценность. В данном случае акцентируется полифункциональность слова.

имплицитно передается мысль о необходимости бережного отношения к произнесенному слову.

Лексические замены, лежащие в основе трансформации, могут акцентировать идею неразрывной связи языка и мышления, языка и носителя культуры, языка и социальной (групповой) психологии: *Язык дан человеку для того, чтобы скрывать свои мысли* – исходный текст; антиафоризм – *Ум дан женщине для того, чтобы скрывать свой характер*.

Трансформированный текст нередко способствует актуальному в наши дни сопоставлению духовного и материального: *Ничто не ценится так дорого и не обходится так дешево, как вежливость* – исходный текст; антиафоризм – *Ничто не дается нам так дешево и не ценится так дорого, как халява!*

Особо выделяются трансформации, которые приводят к переосмыслению аксиологического «веса» языка, речи, слова в криминальном контексте современности: *Я пришел к тебе с приветом рассказать, что солнце встало* – исходный текст; антиафоризм – *Я пришел к тебе с приветом, с утюгом и с пистолетом*.

Литература

Баранов А.Н. Академический словарь русской фразеологии / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский. – Москва: ЛЕКСРУС, 2015. – 1168 с.

Мокиенко В. М. Прикольный словарь (антипословицы и антиафоризмы) / В. М. Мокиенко, Х. Вальтер. – Санкт-Петербург: Нева, 2006. – 384 с.

Национальные базовые ценности и их динамика: результаты социологического мониторинга / Отв. редактор И. Т. Вепрева – Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2015. – 60 с.

Сидоренко Е. Б.
магистрант

ТЫ-КОММУНИКАЦИЯ В УСТАНОВОЧНЫХ ТЕКСТАХ РОЛЕВОЙ ИГРЫ ЖИВОГО ДЕЙСТВИЯ

Ролевые игры живого действия (РИЖД) — это организованное коммуникативное событие, участники которого действуют в рамках заданной роли, выполняя полученное задание прямо, то есть не через рассказ о действиях персонажа, без участия компьютера и т. д. Установочные тексты РИЖД призваны включить участника в коммуникативное пространство игры, помочь преодолеть психологический барьер смены роли.

Для установочных текстов характерно ты-общение (возможно, оно пришло из устной формы бытования РИЖД), хотя в редких случаях задания формулируются с помощью других конструкций:

- *Вы* (к одному адресату) *живете подвигами и приключениями, сражениями с другими Рыцарями*;
- *Он* (герой) *живет подвигами*;
- *Я* (читающий это) *живу подвигами*.

Ты-конструкции, во-первых, сокращают коммуникативную дистанцию между организатором/создателем игры и участником, имплицитно сближают игроков, в целом, создают представление о «своем круге»: *«Ты правая рука Иннокентия 3, на тебе лежит вся обрядовая служба на станции»*. Во-вторых, в соответствии с функцией установочного текста включают участника в игру (косвенно призывают его отказаться от внеигровых статусов): *Здесь столько новых людей! Ты хочешь поиграть со всеми; Ты отвечаешь за всю технику на станции*. Личному местоимению-существительному второго лица единственного числа типично сопутствуют глаголы несовершенного вида в форме настоящего времени.

Временные значения варьируются: настоящее постоянное используется при описании общей задачи и поведенческой линии (*Ты умеешь искусно врачевать раны*), настоящее историческое при описании «легенды» игрока (*Ты послушная дочь и всю жизнь плывешь по течению, ты выходишь замуж по воле родителей, но времена меняются и ты меняешься с ними*), чаще настоящее постоянное и настоящее историческое смыкаются, прошлое приходит в настоящее и прогнозирует переломный момент (*Уже две сотни лет ты правишь эльфийскими землями*), настоящее в значении будущего при описании игровых задач (*Уже сегодня ты отправляешься на поиски, вопреки козням колдуна*). «Завтра» в играх, как правило, не говорят, чаще вводится оператор «сегодня» с установкой на понятное игрокам будущее: *Сегодня будет первый снег*. Игра вообще не любит конкретных временных обозначений, потому что это дополнительный материал, который игроки должны запомнить, но не запоминать.

Императивность передается либо значениями будущего времени, либо условными конструкциями и другими способами указания на желательность или долженствование названных действий: *только бы придумать, как тебе незаметно и быстро потом сбежать; ты найдешь ещё двух союзников и заявишь* (о своих правах). Также при описании игровых задач используются конструкции, типа: *ты хочешь, ты мечтаешь, ты собираешься и хорошо было бы, если бы, то, надо/нужно это*. Глагольные формы повелительного наклонения используется редко и только в коммерческих текстах, видимо, по причине категоричности требований, не свойственной установочным текстам РИЖД (важна ценностная компонента относительной самостоятельности действий игрока).

Итак, форма изложения «от второго лица» создает установку на кооперацию, в такой форме изложения реализуется переключение постоянных ролей на временную (игровую). На наш взгляд, в установочных текстах РИЖД актуализируются коммуникативные ценности устного общения, ценности кооперации, а также внутриигровая ценность доминанты полученной роли над личностью игрока.

ЦЕННОСТИ МУСУЛЬМАНСКОЙ ПРОПОВЕДИ

Изучение религиозного стиля и функционирующих в его пространстве жанров – актуальное направление современной лингвистики [Розанова 2000, Прохвятилова 1999, Салимовский, Суслова 2005 и др.]. Русский язык является сегодня средством религиозной коммуникации не только в православии, но и в других традиционных конфессиях, в частности, мусульманстве [Ицкович 2015 : 20].

В мусульманстве в качестве сакрального языка традиционно используется арабский язык, в качестве профанного языка используются народные языки: татарский, башкирский, узбекский, киргизский и другие. Наряду с языками народов, исповедующих мусульманство, в религиозной мусульманской коммуникации активно используется русский язык, на котором произносятся проповеди для аудитории, не владеющей национальным языком [Информационно-аналитический портал ISLAMRF <http://www.islamrf.ru>; Исламский портал www.islam.ru].

Цель проповеди – распространение мусульманских ценностей, зафиксированных в прототексте – Коране. Ценности в мусульманстве опираются на религиозные догматы.

Ценности в мусульманстве делятся на два вида: материальные, которые даются любому человеку, независимо от его морального облика: здоровье, сытная пища, одежда, украшения, обеспеченная жизнь; духовные – вера, убеждения, этика, нравственная чистота, совесть и другие положительные качества. «Одним из главных направлений мусульманской проповеди являются проблемы человека, нормы морали, нравственные принципы, и жизненные ценности, то есть права и обязанности человека по отношению к религии и обществу, в котором он живет» [Каримов 1997: 79].

Соответственно, тематически проповеди делятся на 1) посвященные основам вероучения, 2) посвященные практическим реалиям жизни мусульман.

Во второй группе особое место занимают проповеди, посвященные семейным ценностям: роли женщины в семье, особенностям воспитания детей: «Каждый родитель должен преподавать ребенку благочестия, богобоязненности и некоторые сведения о нашей религии, для того, чтобы у него смогли сформироваться соответствующие представления, и когда он достигнет совершеннолетия, то может сам выбрать свой путь – стать мусульманином, или принять другую веру, или стать безбожником».

Выделяются также проповеди, посвященные национальным ценностям: «Религия смотрит не на национальность или же цвет кожи, а на благочестие и гуманизм» [Каримов 1997: 101].

Актуальны проповеди, посвященные проблемам экологии: «Проблемы экологии, наряду с другим вопросами, касающимися жизни и деятельности

человека, не могут не волновать современных служителей культа, которые говорят, что «все лучшее создано Великим Творцом в удивительнейшей по взвешенности и точности взаимосвязи между назначениями и целью, свойствами и качеством предметом, в поразительной и мудрости гармонии» [Каримов 1997: 102].

Литература

Информационно-аналитический портал ISLAMRF [<http://www.islamrf.ru>].
Исламский портал [www.islam.ru].

Ицкович Т.В. Категорияльно-текстовая специфика современной православной проповеди. Екатеринбург: Издательский Дом «Ажур», 2015. 150 с.

Каримов И.А. Современная мусульманская проповедь/социологические и религиоведческие аспекты/ на материале Узбекской ССР/. Диссертация. Москва: 1991, 123 с.

Прохватилова О.А. Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи / О.А. Прохватилова. Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 1999. 364 с.

Розанова Н.Н. Коммуникативно-жанровые особенности храмовой проповеди // И.А. Бодуэн де Куртэнэ: Ученый. Учитель. Личность / Под ред. Т.М. Григорьевой. Красноярск, 2000. – С. 25 - 41

Салимовский В.А., Суслова К.С. Экспликация догмата как жанр догматической проповеди // Жанр речи: Сборник научных статей. Вып. 4. Саратов, 2005. – С. 280 - 292.

Хао Мэй
магистрант

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАНОВЕДЧЕСКОГО КОММЕНТАРИЯ АКСИОЛОГИЧЕСКИ МАРКИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ

На продвинутом этапе изучения русского языка будущими филологами-русистами используются тексты классической литературы, которые рассматриваются как лингвокультурные образцы, отражающие специфику национального мировоззрения. Восприятие художественных произведений русских классиков требует от инофонов понимания ценностных внутрикультурных предпочтений и соответствующих установок. Объект непосредственного анализа – текст повести И. С. Тургенева “Ася” [Тургенев 1960. Т. 6: 164].

Для создания лингвострановедческого комментария, ориентированного на китайских студентов, изучающих русский язык, из текста повести была извлечена культурноспецифическая лексика. С точки зрения времени ее функционирования, эта лексика может быть отнесена, во-первых, к языку дореволюционной эпохи; во-вторых – к современному русскому языку. Язык И. С.

Тургенева является органической составляющей языка текущего времени, но естественно включает лексику, находящуюся в пассивном запасе. Принцип хронологической отмеченности лежит в основе страноведческого комментирования [Верещагин, Костомаров 1975].

Понимание культуры народа, язык которого изучается, – важнейшая составляющая лингвистических компетенций будущих русистов. В этой связи важную роль приобретает принцип аксиологической ранжированности культурноспецифических единиц, являющихся объектом комментирования, в процессе которого устанавливается “культурный вес” номинации.

Приведем отдельные примеры. Слово *душа* (...*ее душа мне нравились*) – это ключевое слово русской ментальности. В соответствующем комментарии преподаватель может использовать предложенную В. В. Колесовым трактовку этой аксиологически маркированной номинации, смысл которой не подвержен социальным катаклизмом [Колесов 2001: 87]. Историзм *пансион* (...*Я поместил ее в один из лучших пансионов.*) характеризуется потенциальной аксиологической маркированностью. Его ценностный смысл раскрывается в тексте повести. Следовательно, опорным материалом страноведческого комментария в данном случае должны служить не только высказывания, включающие слово *пансион*, но и те фрагменты повести, в которых ее героиня характеризуется как выпускница пансиона, получившая гуманитарное образование и дворянское воспитание. В этой связи выдвигаем принцип необходимости и достаточности иллюстративного материала, демонстрирующего “культурный вес” аксиологически маркированной лексики русского языка.

Литература

Верещагин Е. М. Костомаров В. Г. Лингвострановедческий словарь. — М., 1975

Колесов В.В. Колесова Д.В., Харитонов А.А. Словарь русской ментальности. — Санкт-Петербург: Златоуст, 2014. С. 237–240.

Тургенев И. С. Собр. Соч. 610 т. / Ася. Т. 6. М.: Гослитиздат, 1960. С. 164 — 200.

Харитонов Ю. С.
магистрант

ТОЛЕРАНТНОСТЬ КАК ЦЕННОСТЬ (на материале ток-шоу «Поединок»)

Современное общество динамично развивается, и громкие события, происходящие в мире, не остаются без внимания СМИ. Актуальные политические вопросы активно обсуждаются на телевидении, в частности в ток-шоу, участники которых часто имеют противоположные мнения. Вследствие этого

публичные обсуждения нередко излишне эмоциональны и перенасыщены агрессией. В такой ситуации перед ведущим стоит задача цивилизованно вести и направлять диалог, находить согласие, компромисс между сторонами по важнейшим общественным и межличностным проблемам, учитывать мнение всех заинтересованных сторон, уметь исключать агрессию из общения с другими людьми [Стернин, Шилихина 2001: 12], опираясь на принципы толерантности.

Под толерантностью мы понимаем, во-первых, высокое душевное качество, способность личности без внутренней агрессии воспринимать другого, имеющего иные или противоположные ценностные установки, во-вторых, терпимое, лояльное отношение к другому, сознательно признающее право его существования; терпимое отношение к убеждениям, мнениям и верованиям другого, в-третьих, поведение человека в ситуации конфликта, подчиненное стремлению достичь взаимного понимания и согласования разных установок, не прибегая к насилию, к подавлению человеческого достоинства, а используя гуманитарные способности [Михайлова 2004: 15].

Материалом нашего исследования явился ток-шоу «Поединок» с Владимиром Соловьевым – одна из наиболее популярных на российском телевидении политических передач. В речевом поведении телеведущего факторами гармонизации общения становятся аналитичность, смех и вежливость. Эти факторы реализуются в конкретных приемах, выделенных нами в опоре на типологию, предложенную в [Ризинсон 2010]: 1) техника облегчения восприятия дискурса. Ведущий задает специальные уточняющие вопросы, которые помогают собеседнику не отклоняться от самой сути разговора и не переводить его в область конфликтной ситуации; 2) техника установления, поддержания и завершения коммуникативного контакта. Например, это указания на внутригрупповую идентичность и общую почву. Так разрушается граница «свой – чужие» и создается основа для толерантного взаимодействия; 3) смягчение воздействия на адресата. Например: снижение категоричности речи путем указания на «оценочность» вопроса собеседника, использование иронии для смягчения возражения и критики, использование вопросительных конструкций с интонацией осуждения, эвфемизация; 4) поддержание атмосферы согласия. Яркими лексическими маркерами этого приема являются слова «да; абсолютно» (ведущий «поддакивает» собеседнику), повторы. В данном случае Владимир Соловьев дает понять участнику, что он поддерживает его в его суждениях; 5) повышение коммуникативной роли собеседника. Для этого часто используется прием положительного оценивания, комплимента, извинение и указание на профессиональный статус коммуниканта, демонстрирующие степень уважения, с которым ведущий обращается к собеседнику.

Приёмы речевого поведения, используемые Владимиром Соловьевым, помогают вести конструктивный диалог, отвечающий принципу толерантного взаимодействия.

Литература

Михайлова О.А. Толерантность в речевой коммуникации: когнитивные, прагматические и этические основания // Культурные практики толерантности в речевой коммуникации: Коллективная моногр. / Отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. – Екатеринбург: Изд. Урал. ун-та, 2004.

Ризинсон С.А. Общее и этнокультурное в русском и английском речевом этикете: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / С.А. Ризинсон; Саратов. ун-т. – Саратов: [б. и.], 2010.

Стернин И.А. О понятии толерантность // Коммуникативные аспекты толерантности / И.А. Стернин, К.М. Шилихина. – Воронеж: Изд-во «Истоки», 2001.

Чусовитина Е. А.
студент

ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЙ КАК СРЕДСТВО ВЫЯВЛЕНИЯ ЦЕННОСТНЫХ УСТАНОВОК ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Интернет-комментарий представляет собой вторичный по отношению к исходному тексту письменный жанр, цель которого – выразить собственную точку зрения по поводу прочитанной статьи, предыдущего комментария, компетентности автора материала, других комментаторов и др. Комментарий является своеобразным выражением личностной позиции адресанта, актом самовыражения, проявлением его гражданской позиции. Комментируя текст статьи, человек выражает субъективное мнение, считая его важным для других и достойным для публичной демонстрации. Контекстный анализ комментариев позволяет выявить ценностные установки интернет-пользователей, поскольку ценности представляют собой «обобщенные представления о том, что является должным, правильным, социально и лично желанным в различных сферах общественной жизни, устойчивые убеждения, которыми руководствуется человек» [Национальные базовые ценности 2015: 4]. Именно на основе ценностных установок интернет-пользователь выносит свое суждение о статье.

Материалом исследования стали интернет-комментарии к статьям на актуальную политическую тематику – политическая и экономическая ситуация на Украине. Критический и оценочный характер подобных высказываний, относительная свобода самовыражения, свойственная интернет-пользователям в сетевой коммуникации, а также острота политического дискурса приводят к тому, что в собранном материале появляется большое количество агрессивных высказываний. Нетолерантные оценки высказываются в адрес ситуации, явления, персоны из исходного текста, а также других комментаторов, имеющих противоположную точку зрения. Отступление от нормального, должного, желанного в описанной

ситуации, поведении персонажей или комментаторов статьи провоцирует оценочные высказывания, на основе анализа которых можно выявить антиценности и реконструировать ценности пользователя сети.

Процедура выявления ценностных установок включает в себя прежде всего поиск оценочных номинаций: ... *Я уже писал по этому поводу, что укроВагина не может существовать в этих границах без халявного угля из Донбасса и дармового газа из России. Эту страну создавали, отрывая лоскуты от России, Польши, Венгрии. Вся её экономика завязана на поставках ресурсов и энергии из других стран, точнее из России. А громкие заявления тамошних деятелей это безответственный бред произносимый в угоду за океанских хозяев* (в комментарии сохранены авторские особенности орфографии и пунктуации – Е. Ч.). Текст комментария позволяет выявить то, что автор не считает нормой.

Например, экспрессивный окказионализм *укроВагина*, образованный присоединением к части *-укро-* слова, относящегося к лексике, обозначающей феномены половой сферы, показывает резко негативное отношение комментатора к продажности украинских политиков. По отношению к газу и углю автор употребляет оценочные определения. Прилагательное *дармовой* является разговорно-сниженным, имеет стилистическую помету «неодобрительное», актуализируется в значении ‘достающееся бесплатно’. Прилагательное *халявный* является жаргонным, употребляется в значении ‘бесплатный, достающийся даром за чужой счет’. Негативно-оценочные определения позволяют выявить антинорму – автор считает, что Украина живет за чужой счет, что неправильно. Политические обещания и заявления украинских властей комментирующий характеризует разговорным собирательным существительным *бред* (то есть ‘нелепые мысли, глупые слова’), которое является неодобрительным. К тому же, речи властей признаются *громкими*, то есть ‘фальшиво торжественными, напыщенными’.

На базе антиценностей от противного можно выявить то, что считается ценностью для автора комментария: честность политических деятелей, непродажность власти, отсутствие зависимости от других стран, наличие у страны своей экономики, создаваемой самостоятельно, честные и правдивые обещания правящих кругов, которые впоследствии выполняются.

Процедура выявления ценностных установок требует не только анализа оценочных номинаций, но и достаточной осведомленности об описываемой ситуации. Только интерпретация высказывания на фоне затекстовой информации позволит сделать корректный лингвоаксиологический анализ интернет-комментария.

Литература

Национальные базовые ценности и их динамика: результаты социолингвистического мониторинга / Отв. редактор И. Т. Вепрева. – Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2015. – 60 с.

ЯВНАЯ И НЕЯВНАЯ ОЦЕНКА В РЕЧИ НОСИТЕЛЕЙ ПРОСТОРЕЧНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ¹

Аксиологическая деятельность сознания признается явлением универсальным. С точки зрения М.М.Бахтина, «жить – значит занимать ценностную позицию в каждом моменте жизни, ценностно устанавливаться» [Бахтин 1979: 163]. Ценности как социокультурный феномен должны обнаруживать свою объективную сущность.

Прямым выражением ценностных смыслов является оценка, которая связывается с установлением ценностного отношения между субъектом и объектом. Оценочное суждение есть свернутое суждение о ценности объекта в каком-либо отношении [См.: Н.Д.Арутюнова, Е.М.Вольф, А.А.Ивин и др.].

Одна из ярких характеристик просторечной коммуникации – прямооценочность. В просторечной лингвокультуре снимаются запреты на многие, в частности связанные с приватной сферой, а потому табуированные темы (болезнь, смерть, секс, частная жизнь близких, публичных, незнакомых людей и т.п.). Носитель просторечия считает нормальным, например, беззастенчиво разглядывать незнакомого человека, рассказывать малознакомым людям о своих мыслях, фактах личной жизни, интимизируя общение, откровенно говорить о собственных эмоциональных переживаниях, прямо выражать свое отношение к происходящему. Ср.: (из разговора соседок **А.** и **Б.**)

А. *Я токо за Ельцина голосовала / потому что он наш / за него ходила голосовала»//*

Б. *А я против Жириновского / это не партия / это посмешище*

Реплики коммуниканток содержат прямые аргументированные оценки – положительные и отрицательные – выраженные существительным *посмешище* и притяжательным местоимением *наш*, противопоставлением *партия – посмешище*. В контексте высказывания выявляются положительные ценностные смыслы: *быть нашим – хорошо; партия – это хорошо, потому что это серьезная, солидная организация.*

Неявные ценностные смыслы могут быть выведены в опоре на регулярно повторяющиеся в речи носителей просторечной лингвокультуры вербальные маркеры, цепочки хода мысли, ментальные стереотипы. Таковыми, например, становятся частотные речевые формулы совместности, выраженные предложно-падежными конструкциями, а также конструкциями с притяжательными прилагательными и местоимениями, существительными в роли несогласованных определений: *Витина одноклассница и моей подружки сноха; мой Гена; подруги с детства; Шурин шурин; Халида и Галей; моя напарница*

¹¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

из компрессорного цеха; Рита и Валя с первого подъезда и т.п. Все они свидетельствуют о значимости семейно-родственных, дружеских, соседских и иных связей, о ценности своего круга, о социоцентризме сознания носителей лингвокультуры как важнейшей культурной константе.

Неявная оценка может быть выведена в опоре на фоновую информацию, которая стоит за определенными коммуникативными ситуациями. Это те «знания, коллективные представления и понятия, зафиксированные в системе концептов конкретного языка, данной национальной культурно-языковой картине мира» [Дементьев 2000: 106]. Приведем фрагмент разговора о тещах, содержащий столкновение неявно выраженных оценочных смыслов. Он предваряется историями из жизни и анекдотами о теще, из которых вытекает презумпция взаимной нелюбви тещи и зятя. Далее происходит следующий диалог:

А. У меня тоже сын с тещей живет// *«Хорошая/ грит/ у меня теща»*//

Б. Тещи-то разные бывают//

В. Моя мама с нами живет вот уже двадцать шесть лет//

Б. Дом-то какой у вас?

В. У нас дом небольшой//

Б. А как вы там?

В. Ну как/ живем//

Г. Сеновал же есть//

(Все дружно смеются)

Из реплик-высказываний **В.** следует, что ее муж и мама (соответственно зять и теща), вполне уживаются вместе под одной крышей в течение 26-ти лет. Это содержание отвечает коммуникативным намерениям **В.** Оно является неявной оценочной реакцией на высказывание **Б.** (*Тещи-то разные бывают*), а также поддерживает оценку **А.** (*хорошая теща*) Реплика-подхват **Г.** (*Сеновал же есть*) представляет собой полушутливый намек, который, судя по коллективной положительной эмоциональной реакции (смех) коммуниканты истолковывают однозначно: теща и зять – антагонисты, они не могут ладить друг с другом, жить бок о бок. Именно такая информация «добавляется к содержанию воспринятого сообщения под влиянием имеющихся в сознании <...> знаний о действительности» [Федосюк 1988: 22]

Следующий пример содержит отрицательные иронические оценки коммуникантов. **А.** и **Б.** (слесари-наладчики Первоуральского новотрубного завода) обсуждают предстоящее поздравление женщин-сотрудниц с праздником 8-е Марта и вспоминают, как это обычно делает начальник:

А. Да (о начальнике) Сафронов так поздравит//

Б. Он поздравит/ у него талант оратора// Опять «За производственные успехи» скажет//

Ирония используется обоими коммуникантами для передачи скрытого смысла, прямо противоположного буквальному. Партнеры солидарны в отрицательной оценке риторических способностей начальника, стилистической уместности его публичных выступлений. Начальник является для них чужим

В докладе рассматриваются и другие способы экспликации неявных ценностных смыслов, среди которых, например, ритуальное поведение. Выявляется, что неявная оценка наиболее частотна в речи носителей просторечия-2.

Литература

Дементьев В.В. Место имплицитных высказываний в парадигме непрямой коммуникации // *Стереотипность и творчество в тексте*. Перм. Ун-т. – Пермь, 2000. С. 83-113.

Федосюк М.Ю. Неявные способы передачи информации в тексте. М.: МГПИ им. В.И. Ленина, 1988. 83 с.

Шашмурина Е. Л.
студент

ЛЕКСИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА ЕДИНИЦ С ИНТЕГРАЛЬНЫМ ЗНАЧЕНИЕМ «СЛОЖИВШЕЕСЯ В ОБЩЕСТВЕ МНЕНИЕ О ЧЕЛОВЕКЕ»: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Материалом для исследования явилась парадигма слов с интегральной семой «сформировавшееся со стороны группы лиц общее мнение о человеке / оценка человека членами социума». Объединяющий члены парадигмы семантический признак имеет разный статус в структуре лексического значения анализируемых единиц. Например, в лексемах *репутация*, *реноме*, *слава* и др. эта сема является категориально-лексической (архисемой, гиперсемой), поэтому они составляют ядро парадигмы. У других членов парадигмы, в частности *авторитет*, *престиж*, сема оценки входит в структуру денотативного компонента значения и является дифференциальной семой (гипосемой). И, наконец, третью подгруппу образуют единицы, в семантике которых указанный семантический признак является коннотативным, например, в словах *популярность*, *известность*. Такие лексемы формируют зону периферии.

В ходе анализа было выявлено, что оценочная сема в значении членов парадигмы имеет разный знак. Так, в ядерных единицах парадигмы оценка амбивалентна, ср.: *Дамы, дорожающие своей репутацией, в горы с проводником не ездят* [Каверин, Перед зеркалом] – положительная оценка слова *репутация*; *Он пользовался репутацией самого отчаянного головореза и ловчайшего вора* [Салынский, Мужские беседы] – отрицательная оценка слова *репутация*.

Слава, как и *репутация*, также амбивалентна, однако и в XIX веке, и сейчас это слово чаще употребляется с отрицательной оценкой: *Все они кругом мошенники, а на нас слава* [А.Островский, Свои люди — сочтемся!].

Имя, как правило, имплицитно имеет положительную оценку (*Приобрести имя*).

Оценочные словосочетания, образуемые членами данной парадигмы, подтверждают характер оценки. Так, *репутация* входит в синтагматические отношения с любыми аксиологическими прилагательными – *хорошая, безупречная; плохая, сомнительная репутация*. *Слава* образует словосочетания, по большей части, с отрицательной оценкой – *плохая, дурная, худая, нехорошая слава* и др., но возможны сочетания *хорошая, добрая слава*. *Имя* и *реноме*, наоборот, чаще сочетаются с прилагательными положительной оценки – *доброе, честное, славное имя* и др.; *хорошее, отличное, безупречное реноме*, однако встречаются словосочетания и с отрицательно оценкой – *дурное имя*.

Ядерные слова *репутация, реноме, имя* «образуют также словосочетания, указывающие на то, что данная оценка представляет большую ценность» [НОССРЯ 2003: 975], например: *дорожить репутацией, заботиться о реноме, рисковать именем*.

Литература

НОССРЯ – *Новый объяснительный словарь синонимов русского языка* / под общим руководством Ю. Д. Апресяна. – 2-е изд., испр. и доп. Москва, 2003.

Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – 2-е изд., испр. и доп. Москва, 1981–1984.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. Москва, 2008.

Шевченко А. В.
аспирант

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА АКТУАЛЬНОЕ СЛОВО

Под актуальным словом в лингвистике понимается лексическая единица, которая соотносится со своим временем, отражая активизацию той или иной реалии объективной действительности, которая номинируется этой единицей. Актуальные слова являются своеобразным «словарем времени». Среди основных параметров актуального слова, которые выделяются исследователями, см., например: [Шмелева 1993], можно выделить те характеристики единицы, которые носят оценочный характер. В частности, к ним можно отнести 1) возможную новизну актуальной единицы; 2) расширение сочетаемости единицы; 3) языковую игру с актуальным словом; 4) языковую рефлексию по поводу актуального слова. Содержательная лингвистическая интерпретация указанных признаков позволяет выявить аксиологический потенциал актуального слова.

Лингвоаксиологическое измерение актуального слова-неологизма выделяет у лексемы особый вид стилистической окраски – экспрессивность новизны, которая, в свою очередь, обладает «сильными и неоднозначными ак-

сиологическими коннотациями» [Арутюнова 1998: 9]. С одной стороны, притягательность нового заключается в самой новостной стратегии указывать на перемену к лучшему: «Новость – главное. Новое – лучше хорошего по определению» [Асс 2006: 52]. С другой стороны, новое – всегда знакомое и малоизвестное. Последнее значение сопровождается чувством тревоги и неуверенности. Новизна, необычность, свежесть слова вызывает определенные модальные оттенки значения – «удивления», «неожиданности», «странности».

Актуальное слово отличается высокочастотностью употребления. Резкое возрастание частотности формирует новые сочетаемостные возможности лексической единицы. Актуальные слова обнаруживают способность к метафоризации, которая раскрывает оценочный смысл переносного употребления.

Актуальное слово, попадая в центр общественного внимания, становится объектом обыгрывания. Излюбленными приемами языковой игры является приемы, основанные на произвольном осознании внутренней формы слова, на создании окказионализмов по аналогии. В этом случае нейтральные единицы приобретают разноаспектную оценочность, которая обусловлена прежде всего причинами экстралингвистическими.

Языковая рефлексия по поводу актуального слова обычно сопровождает высокочастотную единицу и носит не столько комментирующий, сколько оценочный характер. Рефлексивное осмысление отражает эмоциональное состояние современного общества и выступает как важная ценностно-ориентированная примета актуального слова.

В докладе выдвинутые положения будут проиллюстрированы актуальными словами последнего десятилетия.

Литература

Арутюнова Н.Д. Магия слов (*о новом, первом и последнем*) // Русский язык в его функционировании. Тезисы докл. Международной конференции. Третьи Шмелевские чтения, 22–24 февраля 1998 г. М., 1998.

Асс Е. Следы. Фрагменты интервью Евгения Асса в разных изданиях в период с 1990 по 2006 // Татлин. 2006. № 3/4.

Шмелева Т. В. Ключевые слова текущего момента // Collegium. 1993. № 1.

Ян Цин
аспирант

СМЫСЛОВЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ АВТОРСКОГО Я В ПУБЛИЧНЫХ ЛЕКЦИЯХ (на материале Нобелевской лекции А.И. Солженицына)

Целостный текст представляет собой систему текстовых категорий темы, композиции, хронотопа, тональности, авторизации, адресации и др. То-

нальность отражает авторское отношение к содержанию текста и тем самым формирует восприятие адресата. Данная категория важна в жанре лекции, в частности, в публичных лекциях, повышающих значимость личности автора. Основной общественной задачей нобелевской лекции является презентация выдающейся личности – лауреата Нобелевской премии.

Тема – это смысловое ядро, предмет обсуждения, единый на протяжении целого текста. Тема реализуется в тексте посредством ряда номинаций, объединяемых общим денотатом [Новиков 1979: 67]. Различаются предметная и субъектная темы, последняя разновидность делится на персонажный подтип и Я-тему. Под Я-темой понимается разновидность субъектной темы, которая представляет собой открытое выражение авторской субъективной позиции [Сибирякова 1996: 6]. План выражения данной категории представлен, прежде всего, местоимениями первого лица *я* и *мы*, к которым присоединяются нулевые формы при глаголах в форме первого лица и перифрастические наименования самого себя. На основании Я-темы все предметные смыслы текста увязываются с личным опытом автора текста.

Смысловое наполнение местоимений 1-го лица в тексте разнообразно [Норман 2002]. Применительно к авторскому *я* в Нобелевской лекции Солженицына предлагается различать ситуативную, биографическую и логическую функционально-семантические разновидности.

Ситуативная разновидность Я-темы реализуется, когда процесс говорения происходит *сейчас* и *здесь* (контекстными сигналами являются названные наречия, а также местоимение *этот*, в том числе в сочетании с существительными с предметным значением): *То небольшое, что удалось мне с годами в этой задаче разглядеть, я и попытаюсь изложить сегодня здесь*. Данный функционально-текстовый смысл наиболее конкретен и вписывает говорящего в контекст происходящей ситуации. Эта конкретика сближает говорящего с его аудиторией, делает их собеседниками.

Биографическая разновидность авторского *я* представляет говорящего в контексте его биографии: *Из них лишь некоторых встречал я сам на Архипелаге ГУЛАГе*. Эта разновидность распознается по контексту тематического сигнала, в котором используются конкретные указатели (в том числе собственные имена), напоминающие о фактах биографии лектора.

Названные разновидности могут соединяться в тексте: *На эту кафедру (ситуативный смысл авторской темы) я поднялся не по трем-четырем ступенькам (то же), но по сотням или даже тысячам их – неуступным, обрывистым, обмерзлым (биографический текстовый смысл).*

Логическая разновидность Я-темы представляет автора текста как профессионального писателя, масштабно мыслящую личность. Выделяется, прежде всего, с помощью таких контекстных партнеров авторского *я*, как лексика интеллектуальной деятельности, глагольная и субстантивная: *Так я понял и ощутил на себе: мировая литература – уже не отвлеченная огибающая... ; ...состав, смысл и тон моей речи.*

Субъективная тема текста выражается также местоимение *мы*. Оно также текстуально многозначно. Местоимение *мы* означает «я и кто-то (не-я)», т.е. указывает на совокупный характер субъекта. Наиболее характерно для А.И. Солженицына использование обобщающего смысла данной формы, когда *мы* – это я (автор текста), мои слушатели и все остальные представители человечества. *Еще в предутренних сумерках человечества мы получили его (искусство) из рук, которых не успели разглядеть, и не успели спросить зачем нам этот дар.* Б. Ю. Норман отмечал, что говорящий использует форму 1-го лица множественного числа чаще всего в случае, если ориентирован на объединение себя с кем-то себе равным или нижестоящим [Норман 2002: 232]. Данный функционально-текстовый смысл, по Норману, не относится к числу распространенных, но для жанра лекции он актуален. По своему содержанию данные формы относятся к логической разновидности.

Таким образом, имеется целая группа функционально-текстовых вариантов представления Я-темы, что придает данному явлению обширное смысловое содержание. Кроме названных ситуативного, логического и биографического значений, можно выделить коммуникативную и композиционную разновидности. Эти смыслы часто совмещаются и применяются комплексно. Очерк функционально-текстовых разновидностей показывает, что я-тема в жанре лекции служит важнейшим носителем субъективно-модального содержания текста и передает различные оттенки этого содержания.

Вероятно, описанная реализация Я-темы относится не только к публичным лекциям. Ее типичность должна быть подтверждена на других субжанрах лекционного жанрового типа.

Литература

Новиков А.И. Применение денотативной структуры текста для перевода научно-технической литературы // Психолингвистические проблемы грамматики. М., 1976. – С.66–75.

Норман Б.Ю. Русское местоимение *мы*: внутренняя драматургия // RussianLinguist. Netherland: Kluwer Academic Publishers, 2002. – С.218–234.

Сибирякова И.Г. Тематическое структурирование разговорного диалога: автореф. дис ... канд. филол. наук: Екатеринбург: Уральский ордена трудового красного знамени государственный университет им. А.М. Горького, 1996. – 18 с.

Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований

Тезисы докладов научного семинара
с международным участием
(12-13 мая 2016 г.)

Подписано в печать 05.05.2016.
Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 3,5. Уч.-изд. л. 3,4. Тираж 50 экз.
Отпечатано в типографии ООО Издательский Дом «Ажур».
620075, Екатеринбург, ул. Восточная, 54, тел. (343) 350-78-28.
E-mail: azhur.ek@mail.ru, <http://www.ajur.ur.ru>
Заказ № 05/05-1.